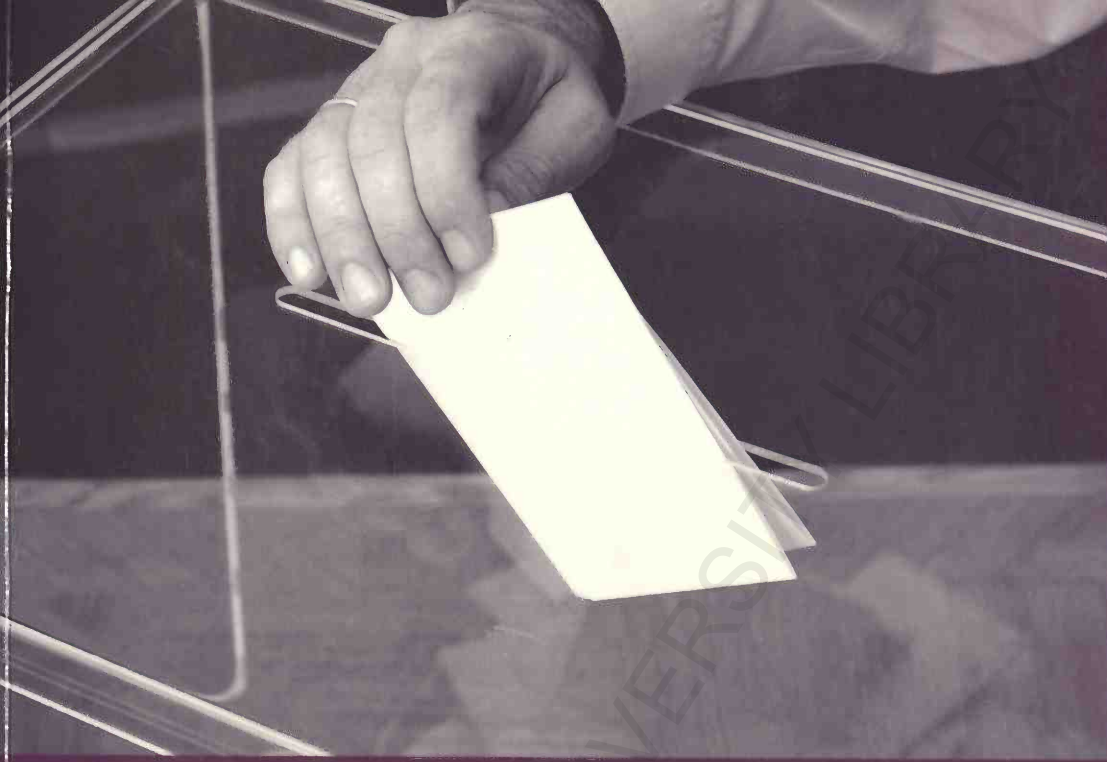


INSOMAR

Cercetări și Marketing Politic

Gheorghe Teodorescu (coord.)

ALEGERI 2008

••

Continuitate și schimbare

III 298.087

POLIROM

BIBL. CENTR. UNIV.
„M. EMINESCU" IAŞI
III 298.087

BCU IAŞI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Gheorghe Teodorescu (coord.)

Alegeri 2008

Volumul II
Continuitate şi schimbare

13-66

BCU IAŞI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

© 2009 by Editura POLIROM

www.polirom.ro

Editura POLIROM
Iaşi, B-dul Carol I nr. 4; P.O. BOX 266, 700506
Bucureşti, B-dul I.C. Brătianu nr. 6, et. 7, ap. 33, O.P. 37;
P.O. BOX 1-728, 030174

Descrierea CIP a Bibliotecii Naţionale a României :

Alegeri 2008 / Gheorghe Teodorescu (coord.). – Iaşi : Polirom, 2009
2 vol.

ISBN 978-973-46-1415-8

Vol. 2 : Continuitate şi schimbare. – Index. – ISBN 978-973-46-1417-2

I. Teodorescu, Gheorghe (coord.)

324(498)"2008"

Printed in ROMANIA

BCU IAŞI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

527694

INSOMAR

Cercetări şi Marketing Politic

Gheorghe Teodorescu (coord.)

ALEGERI 2008

••

Continuitate şi schimbare

528173

449814
B.C.U. IASI

POLIROM
2009

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

INSOMAR

Cercetări și Marketing Politic

Gheorghe Teodorescu (coord.)

ALEGERI 2008

...

Continuitate și schimbare

© 2009 by Editura POLIROM

www.polirom.ro

Editura POLIROM
Iași, B-dul Carol I nr. 4; P.O. BOX 266, 700506
București, B-dul I.C. Brătianu nr. 6, et. 7, ap. 33, O.P. 37;
P.O. BOX 1-728, 030174

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

Alegeri 2008 / Gheorghe Teodorescu (coord.). - Iași : Polirom, 2009
2 vol.

ISBN 978-973-46-1415-1

ISBN 978-973-46-1417-2

1. Teodorescu, Gheorghe (coord.)

324.7(498)"2008"

Printed in ROMANIA

POLIROM
2009

BCU IAȘI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

3.IUL. 2009

Cuprins

Lista autorilor 7

Cuvânt înainte (Gheorghe Teodorescu) 9

O campanie total diferită, dar care nu a schimbat nimic
(Bogdan Teodorescu, Dana Curciu-Sultănescu, Daniel Buti şi Dan Sultănescu) 13

Introducere 13
Un prim paradox: un scrutin în premieră aduce
un record negativ al participării la vot 14
„Votul uninominal" a adus o campanie aparte pentru fiecare candidat 15
Miza votului uninominal – retrasarea relaţiilor de putere, şi nu reforma politică 17
Campaniile din colegii nu au semănat cu campania naţională 18
Mai multe campanii pragmatice, nici un pic de ideologie 20
Pentru prima dată, nu au existat dispute majore şi nici polarizări 21
S-a creat impresia de „blat" local şi naţional 22
Efectul pervers al Legii electorale – competiţia cu colegii de partid 23
Nu au existat teme majore de campanie 24
Politica se deprofesionalizează: ne întoarcem la diletantism 27
Campania televizată nu a contat nici pentru public, nici pentru candidaţi 29
Alt pas înapoi: revenirea violenţei în politică şi în campania electorală 30
Alegerile cu cea mai mică implicare a societăţii civile 31
Cel mai grav efect postelectoral: criza de încredere în noul guvern 32
Anul 2009 va fi influenţat de „noile tendinţe" politice şi electorale 33

Anul electoral 2008: alegeri strategice şi evoluţia câmpului politic
(Todor Arpad) 37

Introducere 37
Factori care au afectat evenimentele din 2008 38
Alegerile locale 41
Alegerile parlamentare din noiembrie 2008 56
Concluzii 64
Bibliografie 65

România între democraţia de opinie şi absenteismul de masă
(Cristian Pîrvulescu) 67

Clientelism şi absenteism pluriform 67
Partide în căutarea echilibrului 69

BCU CLUJ / UNIVERSITY LIBRARY

Electoratul pierdut 72
Postdemocraţia 73
Impactul economiei asupra spaţiului electoral :
criza economică şi destructurarea democraţiei electorale 75
Ritualuri postelectorale 76
România baronilor 77
Bibliografie 78

Sondajele de opinie publică – între confruntare socială şi violenţă simbolică
(Vasile Sebastian Dâncu) 79

Introducere 79
În viesparul politic. Aducătorul veştilor proaste 81
Dificultatea de a realiza sondaje de opinie 88
Sondajul ca violenţă simbolică 89
Bibliografie 96

Campania „mesajul vag" (Andrei Ţăranu) 99

Bibliografie 108

Perspective ale UDMR după alegerile parlamentare din 2008
(Levente Salat) 109

Introducere 109
Politica pe baze etnice 110
Evoluţia UDMR pe scena politică din România 115
Performanţele electorale ale UDMR 120
Perspective 126
Bibliografie 128

Clujul alege Boc (Mircea Comşa) 131

Introducere 131
Peisaj înainte de alegeri. Care alegeri? 133
Interesul pentru politică şi campania electorală 135
Candidaţii : notorietate şi încredere 136
Campania electorală 138
Ziua lui Boc 143
Bibliografie 160

Index 161

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Lista autorilor

Gheorghe Teodorescu (coordonator), sociolog, profesor la Universitatea „Al.I. Cuza" din Iaşi, preşedinte al INSOMAR – CMP.

Todor Arpad, specialist în ştiinţe politice, expert, Asociaţia Pro Democraţia.

Daniel Buti, doctorand la SNSPA Bucureşti, asistent universitar la Facultatea de Ştiinţe Politice din cadrul Universităţii Creştine „Dimitrie Cantemir".

Mircea Comşa, conferenţiar la Catedra de Sociologie, Universitatea „Babeş-Bolyai" din Cluj, director de cercetare la Metro Media Transilvania.

Dana Curciu-Sultănescu, licenţiată a Facultăţii de Ştiinţe Politice din cadrul SNSPA Bucureşti, analist politic al Institutului PRO.

Vasile Sebastian Dâncu, doctor în sociologie, profesor la Universitatea „Babeş-Bolyai" din Cluj.

Cristian Pîrvulescu, politolog, decan al Facultăţii de Ştiinţe Politice din cadrul SNSPA Bucureşti, preşedintele Asociaţiei Pro Democraţia.

Levente Salat, politolog, conferenţiar la Facultatea de Ştiinţe Politice şi Administrative, Universitatea „Babeş-Bolyai" din Cluj, preşedinte executiv al Centrului de Resurse pentru Diversitate Etnoculturală (CRDE).

Dan Sultănescu, licenţiat al Facultăţii de Ştiinţe Politice din cadrul SNSPA Bucureşti, director executiv al Institutului PRO.

Bogdan Teodorescu, jurnalist, conferenţiar la Facultatea de Comunicare şi Relaţii Publice din cadrul SNSPA Bucureşti, membru al Uniunii Scriitorilor din România.

Andrei Ţăranu, conferenţiar la Facultatea de Ştiinţe Politice din cadrul SNSPA Bucureşti, secretar ştiinţific al aceleiaşi facultăţi, editor la revista *Cadran politic*.

BCU Cluj / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Cuvânt înainte

Gheorghe Teodorescu

Anul electoral 2008 are toate şansele să rămână în memoria partidelor şi a cercetătorilor aplecaţi asupra evoluţiei democraţiei româneşti şi, implicit, a comportamentului alegătorilor, drept unul cu o relevanţă aparte. Faptul se datorează nu atât schimbărilor intervenite în formula electorală – fie că este vorba despre alegerea preşedinţilor de Consilii Judeţene, fie de introducerea sistemului de vot uninominal cu reprezentare proporţională pentru scrutinul din 30 noiembrie –, ci mai ales densităţii evenimentelor care au menţinut trează atenţia opiniei publice pe parcursul întregului an electoral. Un inventar al momentelor care au acoperit agenda celor două campanii este suficient pentru a alcătui un peisaj complicat şi în multe privinţe marcat de contradicţii, încifrând o realitate încărcată de semnificaţii, cât să dea de lucru unei armate de specialişti, comentatori şi jurnalişti multă vreme de acum înainte. În această privinţă, unele care se constituiau în dileme insolvabile la un moment dat şi-au aflat dezlegarea pe parcursul procesului electoral din 2008, în timp ce altele – la fel de multe – îşi amână rezolvarea pentru 2009.

În aceste condiţii am considerat bine-venită ideea unei deschideri spre puncte de vedere şi analize întreprinse de prestigioşi cercetători care s-au îndreptat cu metodă şi competenţă specializată asupra aceloraşi problematici electorale pe care le-au studiat independent de colectivul de la INSOMAR. Ele îmbogăţesc fondul de experienţe şi cunoaşteri privitoare la evoluţia conduitelor şi atitudinilor alegătorilor cu pertinente analize întreprinse din orizontul academic, politic şi al societăţii civile, într-o abordare transversală şi multidimensională a procesului electoral, venind să completeze o realitate surprinsă aproape exclusiv cantitativ şi speculativ în discursul mass-media.

Ca atare, textele din al doilea volum se disting prin tonalitatea calmă, echilibrată şi reflexivă a judecăţilor formulate de personalităţi cu un relief public şi profesional

bine conturat, a căror prezenţă în dezbaterea politică a ultimilor ani a fost constant apreciată. Faptul că împărtăşesc opinii diferite asupra problematicii discursului electoral este de natură să întreţină cu atât mai mult interesul cititorului preocupat de înţelegerea nuanţată şi deplină a conduitei actorilor politici ori a alegătorilor. Este şi o condiţie suplimentară a motivaţiei lecturii dincolo de orice parti pris ideologic care riscă să unilateralizeze concluziile şi perspectivele interpretării faptelor aşa cum au fost. La timpul trecut, ele se văd cu limpezime detaşată, reflectând un proces desfăşurat pe mai multe planuri interconectate şi interactive, în care candidaţii construiesc ori destructurează scenarii discursive într-o competiţie a mesajelor de campanie, uneori cu accente disonante în raport cu expectanţele celor chemaţi să-şi exprime opţiunile la urnă.

Pe fondul ideilor şi observaţiilor avansate de autori, se impune treptat o realitate emergentă, atractivă prin fineţea concluziilor, dar fără pretenţia vreunei teorii generale asupra vieţii electorale, fără sentinţe şi excluderi în alt sens decât cel bazat pe inferenţe şi argumente extrase din experienţă. Termenii acestei realităţi se înscriu în logica unei sociologii electorale – ce poate fi considerată o disciplină prin excelenţă problematică –, căreia i se aduc de fiecare dată reproşuri fie pentru că este excesiv de empirică, fie pentru că se complace în textura unei hermeneutici ce evadează insidios din datul imediat. În cazul de faţă, modul dominant al cercetării denotă o abordare nedispusă la concesii şi sagacităţi gratuite, remarcându-se prin cumpătare şi onestă calificare a actelor derulate de către candidaţi, instituţii ori lideri, într-un concert al punctelor de vedere orientat spre detaşarea semnificaţiilor cu adevărat importante. Nimeni nu contrazice pe nimeni, nimeni nu-l contestă pe celălalt, nimeni nu revendică un drept particular la veridicitate, toţi însă căutând să surprindă ceea ce este esenţial sub semnul unei istorii care se scrie mereu la prezent.

Odată încheiat un ciclu electoral, provocările viitorului se deschid instantaneu pentru a conferi unui întreg efort analitic o inconsistenţă greu suportabilă, îndreptăţind până la un punct sentimentul de a fi fost, chiar dacă numai pasager, doar un observator onest al unei bătălii politice marcate prea des de adevăruri trecătoare. Nefiind singular, totuşi, şi cu siguranţă nici ultimul dintr-o serie de întreprinderi similare din trecut, demersul de faţă îşi asumă deopotrivă precarităţile de ordin temporal, dar şi virtuţile date de competenţă, pasiune şi rigoare în analiza unui an electoral deosebit de complicat sub foarte multe aspecte, asigurând suportul durabil al unei mai bune înţelegeri a faptelor şi comportamentelor politice ce vor urma.

Pentru institut, ocazia de a fi fost gazda unei întâlniri reale şi neconvenţionale între cercetători de prestigiu ai vieţii social-politice româneşti rămâne un fapt deosebit de onorant, oferindu-ne posibilitatea de a le mulţumi pe această cale distinşilor

noştri interlocutori şi colegi universitari : Vasile Sebastian Dâncu, Cristian Pîrvulescu, Bogdan Teodorescu, Todor Arpad, Levente Salat, Andrei Ţăranu şi, nu în ultimul rând, Mircea Comşa prin intermediul căruia ne exprimăm întreaga preţuire faţă de minunata echipă de sociologi clujeni.

BCU IAŞI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

O campanie total diferită, dar care nu a schimbat nimic

Bogdan Teodorescu, Dana Curciu-Sultănescu, Daniel Buti şi Dan Sultănescu

Introducere

Campania parlamentară din anul 2008 s-a desfăşurat sub imperiul schimbării. S-au schimbat regulile jocului, s-a modificat profund contextul, s-au modificat mizele şi chiar actorii. Dar, cu toate acestea, rezultatul a fost unul paradoxal. În pofida schimbărilor suferite de decorul competiţional, fapt ce nu a rămas fără efecte la nivelul campaniilor electorale de pe parcursul anului, rezultatul politic nu a clarificat situaţia existentă pe scena politică. Neclarităţile din politica românească au rămas la fel de mari. Situaţia politică inedită generată de alegerile din 2004, când votul a sugerat nevoia unei coabitări (PSD a câştigat parlamentarele, iar Traian Băsescu a câştigat preşedinţia) s-a perpetuat, iar echilibrul politic tripartit consacrat de ultimii ani ai guvernării Tăriceanu s-a menţinut. Alegerile din 2008, deşi au fost foarte diferite de toate celelalte alegeri organizate în postcomunism, nu au (mai) reuşit să genereze acel flux al schimbării politice. Reconfigurarea scenei politice a fost mai degrabă produsul evenimentelor postelectorale, care au avut o legătură foarte mică cu votul popular sau cu sensul acestui vot. Analiza de faţă îşi propune să treacă în revistă schimbările pe care aceste alegeri le-au adus în spaţiul public românesc şi care vor marca evoluţiile politice din 2009.

BCU CLUJ / UNIVERSITY LIBRARY

Un prim paradox: un scrutin în premieră aduce un record negativ al participării la vot

Deşi nici o campanie electorală nu seamănă cu alta, cea din toamna anului 2008 s-a desfăşurat conform unui scenariu diferit faţă de cele precedente din foarte multe puncte de vedere. O acumulare de factori a transformat acest moment într-o premieră. Nu a existat simultaneitatea cu o campanie prezidenţială, care să dinamizeze desfăşurarea evenimentelor, să amplifice mizele şi să personalizeze puternic mesajele de partid. Adoptarea „votului uninominal" a infuzat o doză puternică de imprevizibil, modificările operate la nivelul sistemului electoral urmând să testeze ipoteza devenită clişeu referitoare la „reformarea" şi „înnoirea" clasei politice. Mai mult, am asistat la prima campanie la finalul căreia nu am obţinut un rezultat concret al episodului electoral, deoarece expresia votului popular a trebuit completată de două epiloguri cel puţin la fel de importante: redistribuirea voturilor conform proporţionalităţii (ca rezultat al unui sistem de vot hibrid) şi negocierile de intrare la guvernare, un calcul imposibil de anticipat în condiţiile echilibrului politic multipartit. Dificultatea anticipării a fost cauzată de un alt element definitoriu pentru acest scrutin – lipsa unei polarizări politice evidente, care a determinat posibilitatea nelimitată a partidelor de a se asocia, atât din cauza absenţei unor nuclee doctrinare inviolabile, cât şi din motive legate de dinamicile interne de partid, supuse unor tensiuni şi orientări distincte între diferitele grupuri. În plus, din nou în premieră, nu a existat o imagine clară a prezenţei la putere sau în opoziţie pentru cele patru partide care au intrat în Parlament (PNL s-a aflat la guvernare, dar avea o poziţie minoritară atât în Parlament, cât şi în administraţia locală; PD-L avea Preşedintele, precum şi numeroase poziţii de putere în ţară, dar se revendica drept partid de opoziţie; PSD oscila între a critica guvernarea şi a o susţine; iar UDMR îşi pierduse aciditatea discursului ca urmare a prezenţei alături de PNL la guvernare).

Pentru a complica în plus situaţia, România şi-a votat pentru prima dată reprezentanţii în Parlament în calitate de membru cu drepturi depline al Uniunii Europene, adică un stat care gestionează, la nivel guvernamental, sume importante, în special în primii ani postaderare, când – exemplele valurilor anterioare ne demonstrează – au loc transformările cele mai ample şi salturile cele mai accentuate în dezvoltare.

În fine, un element mai puţin explicit, dar cu o contribuţie la fel de mare asupra radiografiei finale, ţine de dinamica internă a principalelor partide, fiecare dintre ele marcate de contestări la adresa conducerilor şi de centre de putere fie insuficient consolidate, fie supuse eroziunii unui mandat complicat.

Alegerile din noiembrie 2008 au consacrat un paradox: în anul celei mai profunde schimbări a regulilor electorale, s-a înregistrat un minimum al prezenţei la vot (în condiţiile în care nu sunt luate în calcul alegerile pentru Parlamentul European din 2007). Dezinteresul electoratului pentru alegerile generale poate fi privit din două perspective. Pe de o parte, şi în alte ţări din Uniunea Europeană prezenţa la vot se situează în jurul marjei de 40%. Pe de altă parte, scăderea numărului de votanţi atât în termeni relativi în raport cu precedentele alegeri, cât şi în termeni absoluţi este importantă. În acest context, se poate discuta despre scăderea capacităţii partidelor politice de a reprezenta cetăţenii, chiar dacă această imagine nu este asumată explicit (un Legislativ care nu este votat decât de 40% dintre cetăţeni are potenţiale probleme de legitimitate). În lipsa unor date empirice care să explice prezenţa scăzută la vot, explicaţiile nu vor face referire decât la cauzele generale ale acestui tip de comportament electoral – cauze pe care partidele politice trebuie să le aibă în vedere. Astfel, lipsa unor dezbateri ideologice clare (relativizarea mesajului politic) este una dintre posibilele cauze, la fel cum şi o campanie electorală ternă, lipsită de teme centrale şi de mesaje unificatoare, fragmentată la nivel de circumscripţii, poate favoriza acelaşi tip de comportament. Nu în ultimul rând, lipsa unui vot *user-friendly* (vot virtual, vot prin corespondenţă, dar nu numai) este un alt factor ce contribuie la efectul general al prezenţei electorale reduse.

„Votul uninominal" a adus o campanie aparte pentru fiecare candidat

Modul în care s-au desfăşurat alegerile parlamentare din 2008, sub toate aspectele pe care le presupune procesul electoral este fără îndoială expresia unor factori subiectivi, specifici societăţii şi scenei politice româneşti. În egală măsură, momentul electoral din noiembrie stă sub semnul unor factori tehnici, cel mai important dintre aceştia fiind legislaţia electorală. Chiar dacă influenţa sistemului electoral asupra comportamentului de vot şi de aici asupra configuraţiei scenei politice este în general limitată şi conjuncturală, fiind condiţionată de particularităţi

economice, sociale, istorice, culturale etc., regulile jocului în materie electorală influenţează strategia şi acţiunile actorilor politici. În plus, aceiaşi actori politici, în primul rând cei cu statut parlamentar, sunt artizanii Legii electorale. De aceea, inevitabil, aceştia transferă la nivelul legii subiectivităţi şi interese corelate poziţiei şi contextului în care se află. Acesta este unul dintre motivele pentru care noua lege electorală în baza căreia s-au desfăşurat alegerile parlamentare din 2008, finalizată şi adoptată într-un timp record şi cu o dezbatere publică minimă, pare a fi un compromis nereuşit şi neînchegat, rezultat al unei structuri tripartite, echilibrate a scenei politice.

Deşi Legea 35/2008 nu aduce modificări de structură în ceea ce priveşte sistemul electoral practicat pentru alegerea Camerei Deputaţilor şi a Senatului, actul normativ impune reorganizarea circumscripţiilor electorale, prin împărţirea lor în colegii uninominale. Acest artificiu menit să răspundă solicitării sociale de eliminare a scrutinului de listă a creat o confuzie întreţinută de actorii politici între tipul de circumscripţie şi regula de transformare a voturilor în locuri. Astfel, „votul uninominal" a fost identificat şi asociat în mod eronat cu principiul majoritarist „the winner takes all". Este adevărat că regula majorităţii se aplică la nivel de colegiu în situaţia în care un candidat obţine majoritatea absolută a voturilor valabil exprimate, iar partidul din care acesta provine atinge pragul electoral naţional. Cu toate acestea, principiul general în baza căruia se stabileşte ponderea parlamentară a fiecărui competitor este cel al proporţionalităţii. Efectele majoritarismului sunt compensate de mecanismele proporţionale de transformare a voturilor în locuri. Finalitatea sistemului este una proporţională, la fel ca la toate alegerile de după 1990. De aceea, chiar dacă 25% dintre parlamentari şi-au obţinut mandatul prin victorii categorice la nivelul colegiilor electorale, dimensiunea majoritară a sistemului electoral nu a produs efecte asupra raporturilor de forţe din Parlament şi nici asupra reprezentativităţii forului legislativ. Totuşi, ea a generat comportamente ce se înscriu în logica majoritaristă.

Primul dintre acestea a devenit vizibil chiar înainte de debutul oficial al campaniei, fiind corelat procesului de delimitare a colegiilor electorale. Practic, acesta s-a dovedit a fi un moment esenţial al alegerilor parlamentare din 2008, deoarece calculele, negocierile şi înţelegerile care s-au făcut în acest context au impus ritmul şi au dat anvergura confruntării electorale. Contrar practicilor din democraţiile cu tradiţie în aplicarea scrutinului uninominal, în care decupajul electoral este revizuit periodic (în baza recensământului populaţiei) de către instituţii independente politic, în România, partidele politice parlamentare au fost cele care

şi-au asumat această sarcină (formalizată prin hotărâre de guvern). Rezultatul a fost un *gerrymandering*[1] dâmboviţean, al cărui scop a fost mai puţin acela de blocare a adversarului, cât mai ales cel de conservare a propriilor fiefuri. În mod evident, acest lucru şi-a pus amprenta asupra confruntării electorale.

Miza votului uninominal – retrasarea relaţiilor de putere, şi nu reforma politică

Trebuie remarcat faptul că miza decupajelor electorale a fost mai degrabă una personală, şi nu una politică, de tip organizaţional. Natura proporţională a sistemului electoral face ca partidele să nu fie afectate într-o manieră decisivă de acest element tehnic al desenării circumscripţiilor electorale. Chiar dacă ponderea naţională a unei formaţiuni este dată de performanţa electorală a fiecăruia dintre candidaţii săi, voturile sale, acolo unde este minoritar, nu se pierd, ci se contabilizează, fiind folosite în procesul de atribuire a mandatelor. Este adevărat că mecanismului „votului util" poate funcţiona în fiefuri, accentuând sau diminuând zestrea electorală a unui partid, dar votanţii susceptibili de a face un astfel de calcul raţional, de a cântări opţiunile şi de a cunoaşte efectele sistemului electoral constituie o minoritate. Prin urmare, harta colegiilor electorale a contat în primul rând pentru candidaţii individuali, care şi-au dorit şi au urmărit obţinerea unor garanţii cât mai puternice pentru accesul în Parlament. Mizele au fost importante, în joc fiind nu doar mandatul de parlamentar, ci şi poziţiile deţinute în *establishment*-ul politic. Astfel, puşi pentru prima dată în mod direct în faţa electoratului, politicienii cu experienţă au avut nevoie de legitimitatea votului pentru a-şi consolida sau pentru a revendica poziţii în cadrul partidelor sau a aparatului de stat. Noii pretendenţi au avut posibilitatea să conteste statu-quoul şi să demonstreze că pot aduce un suflu nou pe scena politică. În această privinţă trebuie demontat unul dintre argumentele care au însoţit discuţiile publice referitoare la introducerea a ceea ce greşit continuă să fie numit „vot uninominal". Este vorba despre capacitatea sistemului electoral de a reforma clasa politică. Ca orice instituţie, sistemul

1. *Gerrymandering* este un termen folosit în analiza politică pentru a desemna acel tip de decupaj electoral în care graniţele unui colegiu sunt trasate pentru a obţine avantaje electorale. Termenul îşi are originea în perioada timpurie a democraţiei americane.

de vot poate modela atitudinile şi comportamentele publice, dar în nici un caz acţiunea sa în această privinţă nu este exclusivă, categorică şi/sau decisivă. În plus, nu acesta este rolul şi scopul unui sistem electoral. Reforma clasei politice pleacă pe de o parte de la electorat, de la mediul social, iar pe de altă parte de la partidele politice, responsabile cu recrutarea şi selecţia personalului apt pentru a exercita guvernarea.

Ceea ce a făcut însă această reformă electorală, prin „votul uninominal", a fost să creeze premisele modificării raporturilor de forţe din interiorul partidelor politice. În primul rând, pentru că a stimulat concurenţa între candidaţii aceleiaşi formaţiuni. În al doilea rând pentru că a sporit rolul şi forţa politică a organizaţiilor locale. Mai mult ca oricând, liderii locali ai partidelor, în special cei care ocupă funcţii publice (primari, preşedinţi de Consilii Judeţene) au reprezentat vectori electorali majori, fiind activi în campanie atât sub aspect logistic, cât şi imagologic. Acest lucru a făcut ca, pentru prima dată, performanţa electorală a unui partid (cea care determină ponderea sa parlamentară) să depindă mai puţin de acţiunile şi de intervenţia liderilor naţionali. Ceea ce a contat a fost prestaţia fiecărui candidat în parte, corelată cu poziţia, implicarea şi anvergura organizaţiilor locale. Chiar dacă „votul uninominal" nu a anulat caracterul politic al votului, calităţile personale, mobilizarea şi profilul imagologic al unui candidat par să fi cântărit mai mult decât umbrela politică sub care alţi competitori s-au putut ascunde. Într-o astfel de logică ce presupune descentralizarea campaniei electorale, rolul liderilor centrali, implicaţi ei înşişi în confruntări locale se diminuează.

Campaniile din colegii nu au semănat cu campania naţională

Contextul specific în care s-au desfăşurat aceste alegeri parlamentare a condus la existenţa a două tipuri de campanii electorale. Este vorba despre o companie locală, a fiecărui candidat în parte, o campanie gândită şi derulată contextualizat, în funcţie de condiţiile particulare ale fiecărui colegiu sau cel mult ale circumscripţiei aferente. Practic, strategiile, mesajele şi acţiunile electorale au fost construite după un tipar specific alegerilor locale. Este adevărat că un deputat sau un senator nu trebuie să fie izolat de problematica distinctă, concretă a comunităţilor locale, dar abordarea acestora presupune integrarea lor într-un discurs şi

o viziune de ansamblu. Atacată din acest unghi, campania electorală presupune un mesaj general, de multe ori abstract şi prea puţin atractiv pentru electorat. Aceasta în condiţiile în care cea mai mare parte a populaţiei are nevoi şi aşteptări de natură primară : apă curentă, electricitate, gaze, siguranţă personală şi socială, venituri pentru acoperirea cheltuielilor curente etc. Prin urmare, pe fondul unui deficit de cultură politică participativă (care presupune printre altele, cunoaşterea sistemului politic şi a mecanismelor lui de funcţionare), candidaţii au acţionat pragmatic şi au spus oamenilor ceea ce aceştia voiau să audă. Fără îndoială că au existat competitori a căror ofertă electorală a fost un mix între promisiunile unui primar şi cele ale unui parlamentar, conform competenţelor şi atribuţiilor specifice, dar şi aceştia s-au adaptat contextului electoral şi au ţinut cont, în mod firesc, de caracteristicile electoratului. Iar de această dată, publicul-ţintă a fost mai concentrat atât geografic, cât şi ca profil economico-social.

De asemenea, a existat şi o campanie electorală naţională, desfăşurată prin mass-media, prin care fiecare partid a încercat să transmită un mesaj general, să îşi întărească poziţia sau să se repoziţioneze faţă de ceilalţi actori. La acest nivel s-a acţionat cu precădere în zona imaginii publice. A fost însă o campanie mai puţin coordonată, mai puţin consistentă şi de aceea şi mai puţin importantă. Accentul a căzut pe colegii, acolo unde a fost concentrată cea mai mare parte a resurselor.

Cu toate că şi în trecut campania electorală pentru alegerile parlamentare a avut două dimensiuni – locală (judeţeană) şi naţională –, diferenţa dintre cele două nu a fost niciodată atât de categorică şi mai ales în favoarea celei locale. În absenţa candidatului la preşedinţie, campania naţională a fost construită în jurul potenţialilor premieri. Căutând să simplifice procesul electoral şi să personalizeze alegerea pe care fiecare elector urma să o facă, principalii actori au încercat să se identifice cu un prezumtiv premier. Mişcarea a funcţionat doar parţial deoarece, în astfel de contexte nu doar persoana contează, ci şi mesajul transmis, precum şi strategia de comunicare aleasă. Or, din acest punct de vedere, partidele nu au reuşit să genereze acel tip de polarizare capabil să mobilizeze electoratul. Faptul că fiecare dintre protagonişti ştia că viitoarea guvernare nu poate fi decât una de coaliţie a influenţat major strategia, mesajul şi tiparul comportamental pentru care s-a optat. Poziţionarea faţă de ceilalţi actori trebuia să fie una critică, antagonică (pentru a produce efervescenţă în rândul electoratului captiv, dar şi a nehotărâţilor), dar nu excesiv de ostilă şi nici exclusivă (pentru a nu închide uşi şi a nu crea disonanţe în cazul unei colaborări postelectorale).

Mai multe campanii pragmatice, nici un pic de ideologie

Lipsa orientării discursului de campanie în funcţie de un personaj şi de un mesaj prezidenţiabil, precum şi caracterul atipic imprimat de selecţia uninominală au determinat construcţia fragmentată a mesajelor. Pentru cei mai mulţi candidaţi, oferta proprie a pornit de la o sumă de soluţii pragmatice, adaptate specificului colegiului de candidatură şi coagulate în aşa fel încât să se plieze pe aşteptările imediate ale publicului care se dorea mobilizat la vot. Faţă de programele „edilitare" ale candidaţilor, programele politice „naţionale" ale partidelor au funcţionat ca accesorii mai degrabă străine campaniei din teritoriu, un fel de artificiu necesar în dezbaterile de la televiziunile centrale, dar lipsite de miză sau de ecou în ecuaţia electorală efectivă. Campania electorală parlamentară s-a transformat într-un inventar al deficienţelor locale, care a înlocuit reprezentativitatea aleşilor (adevăratul sens al acestui scrutin) cu eficienţa lor administrativă. Esenţa campaniei a fost astfel denaturată, sensul votului uninominal a devenit şi mai confuz, iar aşteptările populaţiei de la viitorul Legislativ au fost stimulate de pe o platformă falsă.

Un paradox al concentrării pe oferta locală a fost acela că nu au existat alternative majore. S-a ajuns la fenomenul soluţiilor unice, care a tins să egalizeze dezbaterile. S-a impus astfel ideea că la problemele concrete ale populaţiei există un set clar de rezolvări unice, pe care nimeni nu le contestă. Singurul lucru care contează este reprezentat de caracterul candidaţilor şi de capacitatea lor de a pune în aplicare aceste soluţii. Ofertele au fost similare, singurele diferenţe fiind de ordin personal (notorietate, credibilitate, potenţă politică sau chiar strict financiară). Absenţa unor dezbateri pe diverse soluţii practice, precum şi absenţa unor propuneri alternative a fost o constantă care a diluat mult campania, sub pretextul – paradoxal – al revenirii sale către esenţa politicii. La limită, se poate sugera că ofertele câştigătoare au fost cele care au pus cel mai bine în evidenţă capacitatea candidaţilor de a-şi folosi influenţa, relaţiile şi experienţa pentru a mobiliza fonduri şi decizii în sprijinul problemelor punctuale ale propriului colegiu. Simplificând deci, într-o interpretare pur românească, votul uninominal s-a redus la o formulă a traficului de influenţă legalizat prin vot.

Pentru prima dată, nu au existat dispute majore şi nici polarizări

Campania din 2008 a fost una atipică din cauza absenţei unei polarizări electorale clasice. Până de curând, campaniile electorale româneşti au avut această constantă a unei dispute polare între cele mai importante forţe politice. La toate alegerile generale de până acum, opţiunea politică s-a conturat în jurul unei alternative simple: politicienii mai mult sau mai puţin conservatori (reuniţi, de obicei, în jurul lui Ion Iliescu, Adrian Năstase şi al celor din zona PSD) *versus* cei care se opuneau acestora (reuniţi la începutul anilor '90 în jurul CDR şi, în ultimii ani, în jurul tandemului Băsescu-Stolojan). Celelalte variante erau nesemnificative şi niciodată nu au fost luate în calcul. Singurul an în care polarizarea nu a mai părut la fel de clară a fost 2000, când preşedintele în funcţie a ales să nu se mai implice în campanie. Atunci, din cauza acestui „abandon", nu s-a putut contura polarizarea clasică şi victoria PSD a fost una aparent facilă. La alegerile din 2008 au existat nu două, ci trei variante. Dar, conform regulilor matematice, când există trei forţe suficient de solide, nici una dintre ele nu are capacitatea de a obţine majoritatea. Drept urmare, am asistat la un fel de blocaj care a permis ca în ultimii doi ani să nu se întâmple practic nimic pe scena politică. Fiecare dintre cei trei actori (PSD, PD-L şi PNL) au mizat pe propria prestaţie şi pe incapacitatea de dialog şi de cooperare a celorlalţi pentru a rămâne în joc. De altfel, chiar dacă două partide ar fi ales înainte de alegeri să facă o alianţă, exista pentru fiecare combinaţie un discurs capabil să o negativizeze: PSD + PNL a fost definită de Băsescu drept alianţa celor „322" sau coaliţia transpartinică a oligarhilor; PSD + PD-L ar fi reprezentat şansa PNL de a se raporta negativ la refacerea nefastului FSN, iar combinaţia PD-L + PNL ar fi permis social-democraţilor să critice în mod legitim tot ce a mers prost în ultimii patru ani. Pentru fiecare partid în parte, luat separat, este greu de atribuit o anumită responsabilitate. Dimpotrivă, fiecare a reuşit, cu actuala sa conducere, rezultate care pot fi considerate pozitive. În ciuda gafelor strategice, PSD, cu Geoană la conducere, era în cărţi pentru următorul guvern şi, în pofida asaltului la care a fost supus, a reuşit să rămână unit. PNL-ul lui Tăriceanu a fost un supravieţuitor al unei perioade foarte grele şi, mai mult, a beneficiat puternic de pe urma prezenţei cvasisingulare la guvernare. Iar PD-L-ul lui Băsescu a beneficiat şi a profitat de cea mai mare creştere în termeni absoluţi a unui partid politic într-un singur ciclu electoral,

depăşind chiar şi ascensiunea fulminantă a PRM din anii 2000. Raportând această triadă la scară istorică, singurul perdant major al absenţei polarizării a fost PSD, care a ratat cu nonşalanţă şansă după şansă în a se reimpune ca principal partid de opoziţie şi a fost forţat să participe la acest joc ca actor de rang secund. În această situaţie de echilibru dinamic, cele trei partide s-au aflat în postura de a fi influenţate decisiv de personalitatea lui Traian Băsescu. Dar alegerile locale din 2008 au dat un semnal special: acela că Traian Băsescu nu mai este singurul element fundamental de pe scena politică. Partidul prezidenţial pe care l-a construit nu a crescut atât de mult pe cât se dorea. Iar ascensiunea PD-L nu a reuşit să spargă trinomul politic actual. Aceasta a făcut ca orice combinaţie să fie posibilă, fapt anticipat corect de majoritatea candidaţilor. Şi, mai mult, a făcut ca decizia privind formula guvernamentală să fie luată *de facto*, nu doar oficial, doar după ce rezultatele alegerilor au fost cunoscute. În acest context, campania electorală nu se putea desfăşura agresiv, fiindcă nimeni nu a vrut să îşi minimizeze şansele de a participa la ulterioarele negocieri pentru formarea guvernării.

S-a creat impresia de „blat" local şi naţional

Imediat după ce „uninominalul" a părut a fi inevitabil, principala problemă care a afectat structurile superioare ale partidelor a fost reprezentată de riscul, de data aceasta foarte palpabil, ca lideri importanţi – naţionali sau locali – să nu treacă testul electoral. În fapt, această ipoteză a constituit şi nucleul dur al viziunii societăţii civile privind reformarea clasei politice prin „uninominal". Persoanele cu imagine publică proastă sau inexistentă nu aveau cum să se mai ascundă în mijlocul listelor şi, deci, Parlamentul ar fi fost populat numai de cei care prin trecutul şi prezentul lor meritau încrederea comunităţilor în care candidau.

Principala confruntare politică s-a desfăşurat, aşa cum am menţionat mai sus, cu mult înainte de campania electorală, în interiorul partidelor, atunci când s-au trasat colegiile, acestea fiind împărţite candidaţilor cu şanse. Calculele teoretice au arătat, în virtutea rezultatelor de la alegerile locale, care colegii sunt mai uşor de abordat şi care nu. Pe baza acestor simulări, partidele şi-au distribuit candidaţii importanţi în locaţiile cele mai sigure, lăsând restul candidaţilor pe poziţii nesigure sau chiar fără şanse.

Riscul fiind uniform distribuit asupra tuturor partidelor, conducerile acestora au acţionat în consecinţă şi au elaborat o metodologie de împărţire a candidaţilor pe

colegii care să protejeze cât mai mult cu putinţă numele grele. A fost o alegere de tip conservator, care a eliminat orice încercare de extindere. Foarte puţini candidaţi importanţi au optat să îşi testeze forţa în zone nesigure, aşa că obţinerea în final a unui rezultat oarecum similar cu cel de la alegerile locale era previzibilă. Nu a existat neapărat un „blat" naţional, cât mai degrabă un calcul similar pe care l-au făcut toate partidele importante. S-a ajuns astfel ca acolo unde a candidat un nume greu dintr-un partid, celelalte formaţiuni au numit candidaţi de ordin secund, fără vizibilitate şi fără foarte mare potenţă financiară, astfel încât să se evite risipirea resurselor (umane şi financiare). Aşa s-a creat impresia că partidele şi-au făcut favoruri şi au permis ca traseul numelor grele să fie cât mai lejer. Au existat câteva excepţii, suficient de puţine pentru a nu conta, astfel încât la finalul scrutinului s-a constatat că practic toate numele importante din Parlamentul trecut se regăsesc şi în noul Parlament, iar cei care totuşi n-au intrat, au pierdut mai degrabă din cauza sistemului de redistribuire decât din cauza sancţiunii populare. Din pricina acestei distribuiri total dezechilibrate a candidaţilor, în foarte multe colegii dezbaterea electorală nu a existat şi nici interesul faţă de aflarea câştigătorului nu a fost prea mare, acesta părând a fi cunoscut încă din start. Trebuie însă precizat că această stare a fost mai degrabă una a alegătorului, decât una a candidatului, care – oricât de celebru ar fi fost – s-a temut de un eşec şi s-a implicat intens în campanie.

În contextul neîncrederii funciare existente în relaţia dintre cetăţean şi partide, insuccesul „votului uninominal" conduce spre un eşec al unei iniţiative lansate cu mult zgomot şi însoţite, cel puţin aparent, de multe speranţe. Acesta este încă un motiv de îndepărtare între două entităţi fundamentale ale democraţiei. Tot mai mult, alegătorului îi este certificată impresia că votul său, participarea sa, implicarea sa sunt neimportante şi că totul se rezumă la aranjamente în spatele uşilor închise. E adevărat, o dată la patru ani, un festival public poate genera prin aleatoriul său – foarte bine controlat în fapt – unele mici surprize.

Efectul pervers al Legii electorale – competiţia cu colegii de partid

Mari confruntări nu au existat pe parcursul anului 2008. Nici la alegerile locale, unde altădată erau dispute ample pentru anumite localităţi importante, nici la alegerile generale. Fie pentru că protagoniştii (candidaţii importanţi) nu au avut

concurenţă reală, fie pentru că acolo unde ar putea exista concurenţă, partidele nu au mobilizat personalităţi suficient de implicate.

Un factor major care a contribuit la lipsa de combativitate a fost, din nou, Legea electorală, care a indus mai degrabă o competiţie între colegii de partid, şi nu între contracandidaţi. Astfel, în zonele-fief ale unui partid, fiecare dintre candidaţii săi a fost interesat de două obiective : să obţină peste 50% dintre voturi şi să aibă mai multe voturi decât propriii colegi de campanie. Doar astfel, la atribuirea mandatelor, ar fi avut şanse să câştige. Abia pe locul al treilea s-a plasat obiectivul de a obţine mai multe voturi decât contracandidaţii de la celelalte partide, obiectiv facil pentru colegiile-fief. De aceea, pentru partidele care nu au aspirat la câştigarea efectivă a colegiilor, disputa a fost strict legată de competiţia internă. Spre exemplu, un partid plasat pe locul trei într-un judeţ a avut ca scop obţinerea unui procent de voturi suficient de mare pentru a avea dreptul la mandate în circumscripţia respectivă. Modul în care acele mandate s-au atribuit candidaţilor partidului în cauză s-a bazat pe calcule complicate, care nu au avut drept ţintă câştigarea colegiului.

Această aritmetică electorală nu este nouă pentru România, ci mai degrabă pentru candidaţi consideraţi individual. Cei doi paşi prin care partidele intră în posesia mandatelor (aplicarea coeficientului simplu la nivel de circumscripţie şi folosirea metodei d'Hondt, la nivel naţional, în cazul resturilor electorale) au existat şi până acum, dar folosirea unui scrutin de listă a făcut ca întreaga procedură să fie puţin cunoscută. Competiţia în colegii uninominale a trezit interesul pentru procesul de transformare a voturilor în locuri, fiecare candidat fiind nevoit să se familiarizeze cu aspectele tehnice ale sistemului electoral. Chiar dacă nu are un caracter structural, schimbarea Legii electorale a făcut ca partidele să opteze pentru soluţii sigure şi neconflictuale. Un conflict politic amplu putea să genereze emoţii şi dinamici electorale complicate. Or, câtă vreme fiecare candidat a depins în primul rând de propria prestaţie, dar şi de imaginea generală a partidului din care făcea parte, s-a stimulat „îngheţarea" oricăror evoluţii politice până după alegeri.

Nu au existat teme majore de campanie

Lipsa de conflictualitate s-a văzut şi din modul în care s-a conturat agenda publică în campanie. Principala sa caracteristică a constat în absenţa marilor dezbateri naţionale pe teme politice.

Prima constatare legată de tematica de campanie este aceea că indiferent de eforturile făcute de PD-L şi de Traian Băsescu, alături de segmente ale societăţii civile, corupţia nu a mai fost acceptată ca subiect central. Motivaţia pentru această modificare radicală faţă de anul 2004 poate fi căutată atât în ineficienţa şi ridicolul care au înconjurat campania anticorupţie din perioada 2004-2008, cât şi în presiunea majoră pe care relatările despre dezvoltarea crizei economice la nivel mondial le-au avut asupra populaţiei. În acelaşi timp, media ca principal vector de comunicare politică, a fost ea însăşi mult mai interesată de efectele crizei economice şi de ofertele partidelor în această direcţie, decât de reîncălzirea temei luptei împotriva corupţiei. Poate fi remarcat din monitorizări că majoritatea ziarelor şi posturilor de televiziune au găzduit editoriale, comentarii şi analize prin care reprezentanţi ai societăţii civile au solicitat partidelor ca în campanie să-şi prezinte planurile economico-sociale anticriză în timp ce de strategia anti-corupţie nu a mai vorbit aproape nimeni.

Tema marii corupţii a fost, în 2004, un subiect introdus pe agendă de opoziţia politică ajutată de societatea civilă şi de media. Evident, marea corupţie este o realitate intermediată, un fapt sau o serie de fapte care ajung la cetăţean doar prin intermediul altcuiva, el personal nefiind în nici o situaţie în contact cu fenomenul în speţă. Cele două tabere care s-au confruntat în 2004, PSD şi Alianţa DA, între multele diferenţe care le-au caracterizat prestaţia electorală, au optat pentru raportarea la două tipuri diferite de realităţi. În timp ce PSD a mizat pe realitatea nemijlocită (salarii, pensii, compensări, alocări de fonduri etc.), referindu-se atât la trecut (lista realizărilor), cât şi la viitor (lista propunerilor), ADA s-a axat exclusiv (excepţie fiind doar cota unică) pe realitatea intermediată (ziare care au titrat că anumite persoane sunt corupte, lideri ai societăţii civile care au afirmat că în anumite locuri s-au fraudat alegerile, politicieni care au clamat că au cunoştinţă de conturi secrete ale altor politicieni etc.). Datorită amplorii căpătate în timpul dezbaterilor electorale, lupta împotriva corupţiei a devenit pentru un interval redus de timp, tema centrală a scenei politice autohtone. Cei patru ani care au urmat au atenuat mult din această imagologie escatologică şi au redus lupta anticorupţie la stadiul de artefact al bătăliei politice.

Introducerea „votului uninominal", împărţirea campaniei electorale în câteva sute de câmpuri de comunicare şi transformarea primarilor de localităţi în purtători centrali de mesaj au indus, inevitabil, modificarea ofertei candidaţilor, dar şi a aşteptărilor publicului. Practic, aşa cum precizam şi anterior, totul a devenit foarte local, foarte ancorat în realitatea celor câteva comune sau a câtorva

străzi mari care constituie un colegiu uninominal. Cum solicitările venite de la acel nivel sunt preponderent de natură administrativ-economico-socială, dezbaterea propriu-zisă s-a axat în jurul temelor campaniei locale din vara lui 2008 cu puţine accente de altă natură.

Pe lângă deja bine cunoscutele pachete, pungi sau sacoşe pline cu felurite produse, candidaţii s-au întrecut în a promite salubrizări, pietruiri, aducţiuni de apă, terasări, înfiinţări de dispensare, de creşe, de drumuri de acces, de brutării sau accesări de fonduri europene profitabile comunităţii în cauză. Cei şi mai activi au spălat pe jos, au golit haznale, au gătit, au croşetat, au instalat computere în câte o sală de clasă, au săpat în grădină, au măturat frunze şi au bătut cuie în garduri deşelate. După ce momentul electoral a trecut nici una dintre aceste activităţi nu a mai fost atât de atractivă pentru politicieni. Acest lucru conduce la amplificarea imaginii de trădare şi de duplicitate din partea actorilor politici, imagine pe care electoratul continuă să o interiorizeze. A nu se înţelege că pledăm pentru transformarea parlamentarului în vidanjorul sau gunoierul colegiului, dar credem că transformarea sa în aşa ceva nu poate fi o soluţie viabilă pe termen mediu. Oricum, datorită acestei posibilităţi de a seduce electoratul prin acţiuni şi atitudini total nespecifice, mulţi politicieni au părăsit discursul programatic (atât cât era) şi s-au mulţumit să joace pentru câteva săptămâni un rol pur pragmatic. Nu doar acţiunile de imagine exagerate vor dezamăgi prin lipsa lor de finalitate, ci şi promisiunile de rezolvare a variilor probleme locale vor rămâne, în multe cazuri, doar cuvinte, fie pentru că parlamentarul respectiv nu mai trece prin colegiu, fie pentru că nu are cum să le rezolve, fie pentru că, de fapt, nu în aceasta constă mandatul său.

Singura temă care a produs mobilizarea politică naţională a tuturor a fost cea privind salariile profesorilor. Ea a însemnat o încercare de creare a unui bipolarism între un PSD în opoziţie (pro-mărirea salariilor) şi un PNL la guvernare (cu discurs liberal clasic, orientat pe responsabilitate macroeconomică), blocată însă de intervenţia lui Traian Băsescu. Preşedintele a preluat tema, intuind corect că neimplicarea PD-L în subiect va duce la scăderea ponderii sale electorale. Discursul privind mărirea salariilor a evoluat dramatic, riscând să ajungă într-o spirală populistă majoră. Elementul care a blocat această evoluţie a fost criza financiară internaţională şi semnalele apărute pe măsură ce bursele internaţionale începeau să cadă. Pe acest fond, discursul despre cheltuielile bugetare a fost abandonat în favoarea unui discurs mai vag, general acceptat de toate partidele, despre nevoia de responsabilitate şi de profesionalism în contextul crizei.

Absenţa unor alegeri personalizate (pentru poziţia de preşedinte) şi climatul multipolar au făcut ca, în această campanie, să nu se discute despre mai nimic la nivel naţional. Programele de guvernare nu au fost analizate în profunzime pentru că acestea nici nu au fost promovate. Spre deosebire de alte campanii când marile promisiuni se făceau publice cu luni sau ani înainte de alegeri (Contractul cu România, de pildă, a fost lansat cu un an de zile înainte de alegeri, în 1995), acum programele de guvernare nu doar că nu au fost promovate, dar nici măcar nu au fost finalizate decât cu câteva săptămâni înainte de începerea campaniei.

Prin comparaţie cu anul 2004, impresia generală a fost aceea a unei campanii lipsite de confruntări. Apatia populaţiei (care anunţa în sondaje încă de la începutul anului 2008 că e dispusă într-o proporţie de 70% să voteze cu cei aflaţi în funcţii) s-a transmis actorilor politici (partide, staffuri, candidaţi) care nu au mai fost capabili să producă mobilizarea din 2004. Lipsa unui partid de opoziţie sau a unei atitudini ferme de opoziţie s-a văzut. Dezinteresul a fost molipsitor şi în mass-media, confruntările electorale fiind puţine, iar cele care au existat au fost terne, lipsite de momente memorabile care să producă, într-o formă sau alta, reacţii vizibile la nivelul electoratului.

Politica se deprofesionalizează: ne întoarcem la diletantism

Mijloacele profesioniste de organizare a campaniei electorale au fost accesate dramatic de puţin, ceea ce a contribuit major la impresia de improvizaţie şi amatorism. A existat, în mod evident, mai mult diletantism decât în anii trecuţi, generat în principal de dorinţa multor candidaţi de a cheltui puţin pe sprijinul profesionist în comunicarea mesajului. De pildă, s-au făcut în continuare sondaje cu propriii voluntari, în loc să se apeleze la firme specializate. De aceea, accentul a fost pus mai mult pe aspect (fără să se garanteze însă un nivel oarecare al calităţii acestuia) şi mai puţin pe conţinut. Candidaţii au fost mai interesaţi de propriile afişe decât de studierea detaliată a nuanţelor în aşteptările şi dorinţele populaţiei sau de configuraţia pe termen mediu şi lung a mixului de politici necesare unei anumite zone. Aceasta a venit şi din convingerea, falsă, că soluţiile de dezvoltare a unei localităţi sunt clare şi că ceea ce lipseşte este doar voinţa de a le pune în aplicare.

Singurul instrument de suport profesionist la care s-a apelat a fost analiza preelectorală, decisivă pentru poziţionare (inclusiv pentru distribuirea colegiilor

între candidaţii unui partid). Comunicarea de campanie, incluzând atât materialele promoţionale, cât şi proiectarea evenimentelor electorale, s-a bazat de cele mai multe ori pe bugete foarte mici, pentru prima dată inferioare celor din campania locală (când au crescut foarte mult mizele, fapt regăsit şi în nivelul cheltuielilor de campanie).

Alegerea mesajelor s-a realizat mult mai simplist, iar soluţiile la care s-a recurs au fost semnificativ mai lipsite de sofisticare decât în cazul precedentelor episoade electorale. Multiplicarea bugetelor la nivelul judeţelor sau chiar al colegiilor, în locul concentrării lor în slujba unor liste de partid, precum şi prejudecata candidaţilor privind maniera primitivă în care fiecare votant îşi defineşte situaţia electorală (în 2008 s-a impus ideea că „mita electorală" este mult mai eficientă decât mijloacele subtile de comunicare şi de persuasiune) au determinat crearea unui peisaj marcat de banal la nivel de mesaj. Ceea ce candidaţii au considerat „direct" a fost, de fapt, lipsit de culoare şi ingeniozitate, ceea ce a determinat predispoziţia electoratului de a ignora majoritatea mesajelor, clasându-le drept terne, cvasiidentice şi lipsite de personalitate. Caracterul atractiv sau specific al ofertelor a lipsit. Şi acesta este unul dintre argumentele care explică lipsa de interes a electoratului pentru această campanie.

Un studiu de caz în acest sens poate fi reprezentat de opţiunile principalelor două partide pentru sloganul naţional. Viitorii parteneri guvernamentali, PSD şi PD-L, s-au comportat mai mult decât ezitant la acest capitol, optând mai întâi pentru un mesaj central, inaugurat chiar în reuniuni naţionale de partid, pentru ca ulterior să renunţe la el, pe de o parte din cauza reacţiilor neconvingătoare, iar pe de altă parte din lipsa de consens intern care marcase decizia în primă instanţă. Aşa se face că „Mai bine pentru cei mulţi" (varianta iliesciană a sloganului nefericit „Mai bine pentru mai mulţi" de la alegerile locale) a devenit „Votează PSD. Votează pentru tine", iar „Gândim altfel" a lăsat locul pentru „Ei cu ei. Noi cu voi", în ambele cazuri renunţându-se la formulări purtătoare de mesaj (chiar dacă incomplet sau neexplicit) în favoarea unor construcţii inofensive, demne de contextul democratic imatur al anului 1990, mai degrabă decât de primul scrutin uninominal organizat într-un stat membru al UE în epoca globală a comunicării online, esenţializate şi specializate.

Dacă în cazul social-democraţilor sloganul final reuşeşte să nu transmită nimic efectiv, eludând orice relaţie de cauzalitate între cele două enunţuri componente, pentru democraţi, formula aleasă este, în acelaşi timp, simplă şi neinteligibilă (în plus, este intraductibilă într-o altă limbă). În ambele cazuri, opţiunile de slogan

şi reacţia aferentă a publicului au ilustrat perfect clişeele de interpretare a unei relaţii disfuncţionale : partidele îşi desconsideră electoratul, considerându-l capabil să asimileze exclusiv formule părăsite de semnificaţie, jocuri de cuvinte insipide şi repetiţii gratuite, iar electoratul desconsideră partidele care îi oferă expresii reciclate, uzate, necredibile şi lipsite de orice investiţie de fond sau semnificaţie. Ne referim, desigur, la acele segmente ale electoratului care au observat şi au analizat aceste produse de campanie, în mare parte nememorabile şi, implicit, ignorate sau nereţinute de către destinatarii lor. În acest fel, raportul lipsit de încredere dintre aceşti parteneri ai jocului democratic se autoîntreţine şi se autoperpetuează.

Pe scurt, partidele au tratat comunicarea de campanie cu superficialitate – atât la nivel de atenţie acordată, cât şi în privinţa bugetelor efective antrenate în joc, defavorizând-o clar în topul priorităţilor. Efectul este unul dublu : pe de o parte amatorismul şi involuţia la nivel de produse de campanie, pe de altă parte o prelungire a acestei tendinţe către viitoarele alegeri, pe motivul atingerii obiectivelor politice în pofida investiţiilor reduse în mijloace de comunicare.

Campania televizată nu a contat nici pentru public, nici pentru candidaţi

Era firesc deci, în condiţiile descrise, ca tradiţionalele discuţii şi confruntări TV să se bucure de o atenţie şi de un interes mult reduse din partea candidaţilor şi a electoratului deopotrivă[1]. Modalitatea prin care partidele au încercat să stimuleze acest interes a fost invenţia „candidatului la funcţia de premier", care însă a tins să funcţioneze ca o realitate paralelă cu scrutinul propriu-zis, ca o convenţie tratată politicos, dar mai degrabă ignorată de public. Încercările de simulare a unor dezbateri între candidaţii dintr-un colegiu, la televiziuni naţionale sau la posturi locale, au fost destul de puţin reuşite, din două motive principale : cel sugerat deja, al soluţiilor „unice" asupra cărora nu au existat, în majoritatea

1. Analiza ratingurilor principalelor emisiuni politice şi electorale de dinainte de campanie arată lipsa de interes a populatiei faţă de acest scrutin, comparativ cu cele anterioare. Dimpotrivă, după ce alegerile s-au terminat, ratingurile emisiunilor politice şi de ştiri au început să crească, pe măsură ce neclaritatea cu privire la formarea viitorului guvern se accentua.

cazurilor, divergenţe de opinie şi cel legat de reducerea disputei la o concurenţă de caractere şi personalităţi, şi mai puţin la o cursă între seturi diferite de convingeri şi soluţii.

Campania publicitară gândită de partide la nivel naţional şi setul de produse menite să transmită concentrat ofertele generale au părut improvizate, realizate în grabă şi goale de conţinut. Formulele folosite au fost în acelaşi timp simpliste la nivel de construcţie a mesajului şi „reci" ca metode de transmitere a acestuia către electorat. De la metoda didactică şi ostentativ economică în mijloace a PSD până la demersul depersonalizat, cu actori pe post de transmiţători ai mesajului propriu folosit de PD-L, produsele de campanie au părut neadaptate la starea de spirit a electoratului şi au mizat excesiv pe o prezumată lipsă de subtilitate a acestuia.

Alt pas înapoi: revenirea violenţei în politică şi în campania electorală

După 1989, democratizarea a permis României să preia rapid tendinţele occidentale din lupta politică şi, în special, din campaniile electorale americane. Până în 2004, această tendinţă a dus la internalizarea unor caracteristici considerate deja clasice în literatura de specialitate: profesionalizarea campaniilor, accentul pe comunicarea mediată, folosirea unor tehnici avansate de cercetare şi de marketare a produselor politice, creşterea accentului pus pe relaţiile publice etc. La aceste alegeri însă, odată cu descentralizarea puternică a votului s-a ajuns în situaţia în care centrul de decizie cu privire la organizarea unei campanii să fie la nivel judeţean, şi nu la Bucureşti. Cu câteva excepţii (date de existenţa unor persoane care au făcut parte din conducerile centrale în trecut), aceste conduceri judeţene nu au mai coordonat campanii electorale atât de ample, singura experienţă cunoscută fiind aceea a unei campanii locale pentru alegerea primarului sau a consiliului local. Prin urmare, aceasta a dus la o „resetare" a proceselor începute în 1989. Soluţiile alese au fost mult mai puţin rafinate în ceea ce priveşte câştigarea sprijinului popular. S-a constatat, dimpotrivă, o revenire la tehnici rudimentare de influenţare şi manipulare, precum şi de intimidare a adversarilor politici. Pe fondul unui mandat prezidenţial marcat de extrem de multă violenţă discursivă, recursul la astfel de metode şi tehnici era destul de firesc.

Încă de la alegerile locale, s-a constatat o recrudescenţă a violenţei fizice. În ţară au fost tot mai multe cazuri de lupte de stradă, de oameni bătuţi şi ameninţaţi

direct. Au existat şi afişe reprezentând candidaţi cu bâte de baseball. S-a trecut de la lupta simbolică la lupta directă.

Folosind modelul majoritarist (de excludere a minorităţii), competitorii electorali au creat impresia că odată ajunşi la putere vor trece la anihilarea adversarilor, dar şi a susţinătorilor acestora. Or, democraţia înseamnă mai degrabă protejarea minorităţilor de tirania majorităţii decât o instituţionalizare a vocii majorităţii. Pe fondul unei creşteri a violenţei în mai multe state europene (cazul Italiei, de exemplu), acest fenomen ar trebui să fie unul îngrijorător pentru viitor.

Alegerile cu cea mai mică implicare a societăţii civile

Mutarea centrului de greutate al campaniei la nivel de colegiu sau de circumscripţie a atras atenţia asupra problemelor majore cu care se confruntă comunităţile locale. Dacă la nivel central, după 1989, s-au construit forme de opoziţie şi de control prin intermediul mass-media şi prin intermediul societăţii civile, la nivel local şi mai ales în zona rurală, aceste forme de acţiune civică nu există. Aducerea deciziei politice cât mai aproape de comunităţi este benefică dacă există mecanisme şi instrumente locale de control al puterii. Cum acestea nu există, începând cu alegerile locale din 2008, s-a trecut de la discursul general despre fraude (folosit în campaniile anterioare la Bucureşti, de către partidele din opoziţie) la acţiuni efective, semnalate pe alocuri de presă, dar aproape deloc urmate de consecinţe legale.

În comparaţie cu anii trecuţi, s-a constatat un interes neaşteptat de slab al societăţii civile faţă de lupta politică. Vocile care până acum cereau transparenţă şi corectitudine şi care anunţau vigilenţă maximă împotriva fraudării alegerilor au tăcut aproape în totalitate. Diversele coaliţii pentru guvernări sau parlamente curate au făcut doar gesturi formale. Spre deosebire de momentele electorale anterioare, semnalele privind neregulile atât din campanie, cât şi din ziua votului nu au fost tratate, cel puţin în zona societăţii civile, cu aceeaşi gravitate şi seriozitate. În cazul instituţiilor publice, lipsa de consecinţe în astfel de situaţii nu poate conduce decât la scăderea autorităţii şi a credibilităţii.

Ignorarea totală a funcţiei de control este rezultatul a doi factori. Mai întâi, lipsa de eficienţă a acestei funcţii în trecutul apropiat. Într-un mandat care s-a bazat în principal pe ideea controlului de către stat al politicienilor şi al „grupurilor de interese", dar care nu a concretizat aproape deloc acest discurs în fapte, opini-

publică şi-a pierdut încrederea că statul poate fi un apărător al ordinii şi legalităţii. Prin urmare, a scăzut treptat şi sigur teama de autoritate. Al doilea factor este acţiunea constantă de subminare a autorităţii instituţiilor de control din România de către Traian Băsescu. Promotor al unui model de conducere patriarhală, în care contează omul pus în fruntea unei instituţii, şi nu regula şi instituţia în sine, şeful statului a lovit mereu în toate formele de echilibru al puterii. Şi-a început mandatul cu un război cu presa, a continuat cu erodarea încrederii în instituţia Parlamentului, a lovit în Justiţie, a săpat la temelia partidelor. Folosind discursul corect al nevoii de reformă a statului, preşedintele a distrus multe dintre formele de autoritate existente până acum, fără să ofere o alternativă instituţională. Prin urmare, reacţia firească a scenei politice a fost aceea de a-şi crea singură forme paralele de autoritate. Sub stindardul descentralizării, aceste forme au dus la disiparea puterii de la centru spre teritoriu, spre organizaţiile judeţene.

Anul 2008 a fost cel în care puterea locală s-a întărit tot mai mult, devenind unul dintre cele mai importante resorturi ale deciziei luate la centru. Postura de lider local înseamnă control asupra Consiliului Judeţean, principalele primării şi consilii locale, prefectură, parlamentari, chiar miniştri. În acelaşi context, transferul acestei puteri spre teritoriu nu a fost însoţit şi de un control pe măsură. Fără instituţii „de pază", vigilente la acţiunile şi deciziile politice, fără mass-media, fără societate civilă şi cu un deficit de cultură politică participativă, acest transfer contribuie la scăderea majoră a democratizării în România. Fapt care va deveni evident în momentul în care resursele vor fi tot mai scăzute, ca urmare a problemelor economice.

Cel mai grav efect postelectoral: criza de încredere în noul guvern

Criza de încredere prin care trece guvernul Boc chiar de la învestitura sa ar merita o analiză separată. Lipsa unei „luni de miere", a oricărei prezumţii de bună-credinţă sau de competitivitate în relaţia dintre guvern şi restul societăţii rezultă tocmai din această criză de încredere. Asocierea în vederea guvernării a două partide situate pe poziţii polare, atât din perspectiva propriilor declaraţii, cât şi din cea a percepţiei publice, a sporit sentimentul de nelămurire, starea de confuzie şi, inevitabil, nemulţumirea unor largi categorii sociale. Impresia unei mari „cârdăşii" – pentru a folosi o expresie deja celebră – realizate prin spatele actului electoral şi pe deasupra voinţei populare, domină acum spaţiul public.

Totuşi, starea de frustrare şi sentimentul neîmplinirii actului electoral provin şi din neînţelegerea reală a modelului uninominal, din modul de desfăşurare al campaniei propriu-zise şi, nu în ultimul rând, din consecinţele atribuirii mandatelor. Reţeta derulării alegerilor parlamentare fusese, până în 2008, deja asimilată de populaţie. În primul rând, simultaneitatea cu alegerile prezidenţiale a adus mereu o miză sporită scrutinului parlamentar. În al doilea rând, fiind vorba despre un vot pe liste, mesajele de campanie au fost predominant naţionale, integratoare şi majore. Partidele şi-au construit demersul în jurul câtorva teme rezultate din agenda naţională a populaţiei. Purtătorii de mesaj, vizibili în toată ţara, au fost – pe lângă candidaţii la preşedinţie – liderii majori ai partidelor. Campaniile reunite, parlamentară şi prezidenţială, erau cele mai grele, cele mai disputate, cele mai tensionate din tot spaţiul electoral. Mai mult, de la aceste campanii se aştepta rezolvarea situaţiei existente : o nouă putere, un nou preşedinte sau continuitatea celor deja în funcţie. Fragmentarea campaniei între colegiile uninominale, inexistenţa unei campanii naţionale parlamentare, absenţa candidaţilor prezidenţiali au redus mult din miza acestui scrutin. Repetarea aproape obsesivă a temelor din campania locală, includerea masivă a primarilor, consilierilor judeţeni sau locali şi a preşedinţilor de Consilii Judeţene în caravanele electorale au contribuit şi ele la provincializarea campaniei parlamentare. Scorul electoral foarte strâns, coaliţia PD-L + PSD, „dezertarea" Stolojan, nominalizarea lui Emil Boc şi componenţa propriu-zisă a Executivului sunt factorii care au dus mai departe imaginea de neîmplinire a scrutinului din noiembrie 2008.

Anul 2009 va fi influenţat de „noile tendinţe" politice şi electorale

Am asistat aşadar la o campanie electorală inedită prin raportare la experienţele postdecembriste similare. A fost o campanie contextualizată, chiar dacă, la nivel structural, aceasta s-a desfăşurat în acelaşi registru, indiferent de colegiu (acelaşi tip de abordare, de mesaje şi de acţiuni). Modificarea legislaţiei electorale, care ar fi trebuit să genereze un mai mare interes din partea populaţiei pentru zona politică şi pentru procesul electoral, a fost un demers dominat de factori subiectivi. Aceştia şi-au pus amprenta nu doar asupra formulei electorale (mecanismul de transformare a voturilor în mandate) pentru care s-a optat, ci şi asupra modului în care s-a realizat efectiv decuparea colegiilor uninominale sau a celui în care

aspiranţii la un fotoliu de parlamentar şi-au ales colegiul de candidatură. Efectele se pot vedea în gradul de participare electorală: doar 39,2% din cetăţenii cu drept de vot au considerat că este important, necesar, benefic şi util să îşi exercite dreptul de vot. Indiferent de motivaţiile individuale ale absenteismului de la urne, consecinţele scăderii constante a numărului de cetăţeni care doresc să legitimeze prin vot guvernarea nu pot fi decât negative pentru stabilitatea şi eficienţa sistemului democratic.

În 2009 vor urma două campanii electorale – pentru Parlamentul European şi pentru Preşedinţia României. Modificările din 2008 (la nivelul regulilor şi tehnicilor) vor face ca participarea să rămână mică. În plus, fără o schimbare de fond în raportarea politicului la societate, problemele de reprezentativitate şi de legitimitate se vor accentua. Iar efectele se vor vedea tot mai mult după alegerile prezidenţiale. Scăderea numărului de votanţi atât în termeni relativi în raport cu precedentele alegeri, cât şi în termeni absoluţi este importantă. În acest context, trebuie să discutăm despre diminuarea capacităţii partidelor şi a liderilor politici de a reprezenta cetăţenii, chiar dacă această imagine nu este asumată explicit (un Legislativ care nu este votat decât de 40% dintre cetăţeni are potenţiale probleme de legitimitate; la fel, un Preşedinte care nu mobilizează peste 50% din electorat la un referendum privind suspendarea sa). În condiţiile în care şi 2009 este un an electoral, dezinteresul populaţiei pentru viaţa politică şi scăderea apetitului pentru participare electorală sunt fenomene care vor continua. Până la următorul moment electoral, timpul este scurt pentru ca în relaţia guvernanţi-guvernaţi să se petreacă lucruri spectaculoase capabile să mobilizeze electoratul. De aceea, şi în 2009 vom asista la prezenţe scăzute la vot.

Şi fiindcă vorbim despre paradoxurile acestei campanii electorale, să încheiem cu încă unul. Astfel, deşi aceste alegeri nu au schimbat mare lucru în ceea ce priveşte raporturile dintre principalele partide (scorul de la alegerile parlamentare nu a diferit major faţă de cel de la alegerile locale), ele au scos în evidenţă anumiţi germeni ai schimbării. Doar că aceşti germeni nu au fost creaţi de procesul electoral, ci de acţiunile politice preelectorale. Paradoxul face ca nişte alegeri care ar fi trebuit să schimbe multe în societatea românească (cel puţin din perspectiva iniţiatorilor noii Legi electorale) să fie cele care disimulează schimbările politice care chiar au loc în societatea românească. Şi asta fără ca populaţia să-şi dea seama de asta. Introducerea votului direct (sistem electoral majoritar cu scrutin uninominal) pentru alegerea preşedinţilor de consilii judeţene şi a „votului uninominal" în cazul parlamentarilor nu a condus la o schimbare majoră a clasei

politice, dar a crescut foarte mult independenţa politică a persoanelor alese astfel. Raporturile de putere din România s-au modificat în ultimii ani foarte mult. Teoretic, ar fi un lucru bun, dacă aceasta ar permite accesul la funcţii unor oameni bine pregătiţi şi respectaţi în comunităţile lor sau dacă cetăţenii ar fi conştienţi de acest proces. Opinia noastră însă este că vom asista la o pulverizare a puterii partidelor în beneficiul unor reţele politico-economice mai mult sau mai puţin locale şi puternic personalizate. Votul majoritar în colegiu uninominal nu va duce la o creştere a reprezentativităţii, ci la o scădere a acesteia. Iar lipsa unor instrumente eficiente de control în viaţa politică va genera o scădere a responsabilităţii noilor aleşi faţă de electorat. Şi asta în numele reformei politice şi a curăţeniei morale. Modul în care evoluează viaţa politică în România este îngrijorător tocmai pentru că apariţia unui nou capitalism, a unei noi economii de piaţă, în creştere în ultimii ani, nu este însoţită şi de o creştere a democratizării politice. Dimpotrivă, vom asista la o îndepărtare şi mai mare a publicului larg de actul politic.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Anul electoral 2008: alegeri strategice şi evoluţia câmpului politic

Todor Arpad

Introducere

În anul electoral 2008, România a fost martoră desfăşurării celui de-al şaselea ciclu de alegeri parlamentare şi celui de-al cincilea ciclu de alegeri locale. Pentru prima dată, alegerile s-au desfăşurat într-o Românie atestată drept o democraţie consolidată şi cu o economie de piaţă funcţională, aspecte certificate de integrarea în NATO şi UE, dar şi de raportul Freedom House din 2008. Odată cu finalizarea din punct de vedere formal a procesului de reintegrare în Vest, o parte din temele cele mai importante ale tranziţiei postcomuniste au dispărut în forma lor clasică de pe agenda publică, forţând competitorii politici la o redefinire a mesajului lor politic. Dincolo de schimbările în strategia competitorilor politici determinate de schimbarea temelor politice, o serie de modificări legale au determinat un şir de ajustări de strategie la noile condiţii. Printre aceste, alegerea directă a preşedinţilor consiliilor judeţene, decalarea alegerilor parlamentare în raport cu cele prezidenţiale şi organizarea pentru prima dată a scrutinului în colegii uninominale sunt cele mai importante.

Materialul de faţă urmăreşte să analizeze factorii care au structurat desfăşurarea evenimentelor electorale din anul 2008 şi alegerile strategice ale actorilor politici ca răspuns la evoluţia câmpului politic, precum şi legătura dintre rezultatele la alegerile locale şi parlamentare din 2008 şi tururile anterioare de scrutin. În acest sens, analiza nu va pune un accent deosebit pe desfăşurarea evenimentelor cât pe înţelegerea modului în care au evoluat actorii, relaţiile dintre ei şi structura

politică. Astfel, în secţiunea a doua vor fi analizate cele mai importante evoluţii anterioare anului 2008, evoluţii care au influenţat în mod direct strategia actorilor politici. Vor fi discutate evoluţia sistemului de partide, clarificarea tipului de regim politic şi rezultatul alegerilor pentru Parlamentul European. În secţiunea a treia vor fi analizate o serie de coordonate ale alegerilor locale din iunie 2008. De asemenea, vor fi prezentate şi analizate influenţa alegerii prin vot pluralitar a preşedinţilor consiliilor judeţene, rezultatele alegerilor locale din 2004, opţiunile partidelor politice privind investiţia resurselor financiare în campania electorală şi rezultatele alegerilor. În secţiunea a patra vor fi discutaţi o serie de factori care au influenţat desfăşurarea alegerilor parlamentare din noiembrie 2008. Apoi vor fi discutate schimbările produse de noua lege electorală, decalarea alegerilor parlamentare în raport cu cele prezidenţiale şi influenţa acestor schimbări asupra desfăşurării campaniei electorale şi, ulterior, o serie de caracteristici ale rezultatelor alegerilor şi a prezenţei la vot în raport cu tururi de scrutin anterioare. Ultima secţiune va conţine câteva scurte concluzii.

Factori care au afectat evenimentele din 2008

Evoluţia sistemului de partide

În timp ce alegerile din anul 2004 au indus percepţia conform căreia România se îndreaptă către un sistem bipartid, eşecul încercărilor repetate ale preşedintelui Traian Băsescu de a unifica Alianţa Dreptate şi Adevăr într-un partid prezidenţial a limitat tendinţa de coagulare maximă a unui sistem de tip „două-partide--şi-jumătate" (Blondel, 1968, p. 185).

Dacă sistemul electoral de tip proporţional ar limita orice tendinţă de bipolarizare (Duverger, 1964), dispariţia după 2004 a clivajului pro-/antioccidentalizare rapidă a limitat dramatic numărul de dimensiuni ale conflictului partizan (Lijphart, 2000, p. 99). Cu excepţia PRM, partid cu o dimensiune moderată antisistem, şi a UDMR, formaţiune constituită pe un clivaj etnic, celelalte dimensiuni de conflict partizan au fost foarte slab prezente pe agenda formaţiunilor politice. Dimensiunile religie, cultură, urban-rural, susţinere a regimului, politică externă sau post-materialistă, chiar dacă prezintă o serie de nuanţe diferite în programul partidelor politice, nu prezintă poziţionări şi direcţii de evoluţie fundamental diferite. Mai mult, importanţa acestor dimensiuni ca teme pe agenda publică a fost în mod constant în scădere în perioada postcomunistă, astfel încât nu reuşit să genereze

acele clivaje pe care să se fi structurat noi partide. În concluzie, această limitare a dimensiunilor de conflict partizan nu poate fi decât un factor care să stimuleze o structurare a partidelor pe axa socioeconomică.

În acest context, ciclul electoral 2004-2008, chiar dacă a fost poate cel mai dinamic din punctul de vedere al evenimentelor, a fost cel mai puţin marcat de o înfruntare politică bazată pe teme ideologice, fiind mai degrabă dominat de o confruntare a actorilor politici în sfera controlului execuţiei politicilor publice. Nu atât ce se decide a devenit tema centrală de conflict, cât problema legată de cine controlează implementarea diferitelor măsuri şi, implicit, obţine beneficiile unui control politic asupra procesului de implementare a diferite politici publice.

Clarificarea tipului de regim politic

Conflictul dintre PD, susţinut de preşedintele Traian Băsescu, şi PNL reprezintă cel mai important factor care a condus la modificarea cursului evoluţiei sistemului partidic din România. Transformat din partid de centru-stânga în partid de centru-dreapta în doar un an şi poziţionat avantajos prin câştigarea preşedinţiei României de către preşedintele partidului, PD a optat pentru o strategie de asimilare a PNL în cadrul unei formaţiuni politice de tipul partidului prezidenţial. Chiar dacă din punctul de vedere al principalelor teme politice, al programului politic şi al priorităţilor de guvernare între cele două formaţiuni nu existau diferenţe sensibile care să împiedice o unificare, conflictul declanşat de presiunile preşedintelui şi ale PD-L nu a reprezentat decât o înfruntare a unor grupuri din interiorul celor două formaţiuni, componenta ideologică fiind cvasiabsentă.

Acest conflict, soldat cu eliminarea unui grup din PNL şi crearea PLD de către grupul eliminat, a condus atât la eliminarea PD-ului de la guvernare, cât şi la operaţiunea de suspendare a preşedintelui Traian Băsescu. De altfel, desfăşurarea evenimentelor şi deciziile luate de Curtea Constituţională au confirmat faptul că România este în esenţă un regim de tip parlamentar. Preşedintele, în ciuda unui control asupra serviciilor secrete şi a unor poziţii de temporizare (retrimiterea spre analiză a unor legi, refuzul numirii unui ministru), nu a avut nici o poziţie de veto decisiv în tot acest ciclul electoral. În cazul procesului de suspendare a preşedintelui, faptul că, în ciuda unei decizii negative a Curţii Constituţionale, Parlamentul a decis, din punct de vedere juridic strict pe motivaţii politice, suspendarea preşedintelui reprezintă poate folosirea celui mai important instrument la îndemâna Parlamentului, care îi conferă un atu atunci când se formează o majoritate parlamentară potrivnică şefului statului.

În contextul conflictului cu Parlamentul, care creştea în mod constant probabilitatea unei suspendări, preşedintele a optat pentru contracararea temelor de discuţie privind încălcările repetate ale Constituţiei de către şeful statului cu ajutorul problemei reformei clasei politice, prin intermediul introducerii votului uninominal şi a introducerii unui Parlament unicameral. Chiar dacă s-a întors la Cotroceni puternic întărit din punctul de vedere al legitimităţii în urma respingerii suspendării sale cu 74,48%, preşedintele Traian Băsescu nu a reuşit să traducă din punct de vedere instituţional această legitimitate prin forţarea creării unei noi alianţe de guvernare. Aşa cum aveau să o demonstreze evenimentele din decembrie 2008, singurul instrument care-i conferă drept de veto este reprezentat de prerogativa desemnării candidatului pentru funcţia de prim-ministru, prerogativă care a afectat în mod semnificativ strategia partidelor politice în decursul anului 2008. Probabilitatea foarte scăzută ca o formaţiune politică să poată obţine peste 50% + 1 dintre voturile valabil exprimate a făcut ca nici unul dintre cei patru competitori electorali cu şanse de a intra în parlament, PSD, PD-L, PNL şi UDMR, să nu închidă vreun canal de comunicare cu ceilalţi competitori. Această strategie, combinată cu modificarea desfăşurării votului şi creşterea gradului de personalizare, precum şi tendinţa deja discutată de dezideologizare a dezbaterii politice a făcut ca anul electoral 2008 să fie cel mai neclar din punctul de vedere al poziţionării politice a competitorilor politici.

Forţarea organizării referendumului pentru introducerea votului uninominal simultan cu alegerile pentru Parlamentul European a dezvăluit limitele serioase pe care le are preşedintele în utilizarea instrumentului prin care putea în mod teoretic să treacă peste voinţa Parlamentului prin consultarea directă a electoratului. Obligativitatea obţinerii unei prezenţe de peste 50% + 1 pentru validarea unui referendum a făcut şi va face aproape imposibilă pe viitor folosirea în mod sistematic a acestui instrument.

Alegerile pentru Parlamentul European

Alegerile pentru Parlamentul European din noiembrie 2007 au reprezentat un bun indicator pentru tendinţele din anul 2008. Prezenţa a doar 28,38% din cei peste 18 milioane de cetăţeni cu drept de vot, în condiţiile în care favorabilitatea integrării în UE a fost în mod constant printre cele mai ridicate dintre statele candidate (Eurobarometrul 65), indica o lipsă din ce în ce mai acută de interes faţă de politic. În ciuda necesităţii discutării unor teme europene, existenţa unui

acord aproape unanim în acest domeniu a condus la o concentrare a campaniei electorale pe temele de conflict intern, în special conflictul dintre preşedintele PD şi PD-L şi PNL, PSD, PRM şi UDMR. În ciuda unor sondaje de opinie foarte optimiste, faptul că Partidul Democrat a obţinut doar 28,81% a reprezentat o surpriză semnificativă cu efect de limitare a pretenţiilor de legitimitate din partea Preşedintelui. Partidul Social Democrat cu 23,11% şi Partidul Naţional Liberal cu 13,44% au obţinut scoruri relativ previzibile, în timp ce Partidul Liberal Democrat a obţinut un surprinzător 8%.

Dincolo de aceste scoruri, alegerile din noiembrie 2007 au confirmat o premieră în România postcomunistă, şi anume scăderea atracţiei partidelor cu tentă naţionalist-populistă. Atât Partidul România Mare, care în 2000 obţinuse un îngrijorător 22%, cât şi nou-venitul Partid Creştin Democrat Noua Generaţie, ambele partide de lideri, au ratat trecerea peste pragul electoral de 5%. Chiar dacă există un lung şir de factori care au condus la acest rezultat, creşterea economică de după 2000, precum şi integrarea în NATO şi UE reprezintă probabil cei mai importanţi dintre aceştia.

O a doua premieră produsă de alegerile pentru Parlamentul European a fost reprezentată de faptul că, pentru prima dată în perioada postcomunistă, partidele de centru-dreapta au înregistrat un scor de peste 50%. Forţarea fuziunii dintre PD şi PLD în PD-L de către preşedintele Traian Băsescu a reluat tendinţă de coagulare a partidelor politice de centru-dreapta. Prin asimilarea unei grupări liberale, noua formaţiune a urmărit creşterea gradului de legitimitate pentru a ajunge cel mai important partid politic de centru-dreapta.

Alegerile locale

În comparaţie cu alegerile locale din 2004, anul electoral 2008 a adus o serie de modificări legale, cu efect direct asupra strategiei actorilor. În primul rând, pentru prima dată preşedinţii consiliilor judeţene urmau să fie aleşi în mod direct prin intermediul unui scrutin de tip pluralitar, într-un singur tur (Lijphart, 2000, p. 142). Modificarea, impusă la insistenţele PSD în cadrul Legii nr. 35 din 2008, prin care se reglementa noul sistem de alegere a Camerei Deputaţilor şi a Senatului, a făcut ca principala miză a controlului politic la nivel judeţean să fie câştigarea acestei funcţii. Din punctul de vedere al strategiei de campanie, existenţa unui singur tur de scrutin a forţat partidele politice să opteze pentru atragerea unor

personalităţi cu un grad mare de notorietate la nivel local, aspect care urma să aibă ca efect consolidarea influenţei unei persoane deja puternice la nivel local, persoană catalogată în multe cazuri drept „baron local". De asemenea, existenţa mai multor candidaţi care aveau potenţialul să iasă pe locul doi urma să avantajeze candidatul de pe primul loc, astfel că în numeroase judeţe diferenţa dintre primul şi al doilea candidat a fost foarte mică.

Prin multiplicarea numărului de candidaţi importanţi, precum şi posibilitatea unor candidaturi în tandem primar al reşedinţei de judeţ – preşedinte al consiliului judeţean, campania electorală pentru alegerile locale a devenit şi mai personalizată, căpătând un nou dinamism şi o miză crescută. În acest context, creşterea gradului de interes a funcţiilor la nivel local pentru politicienii care şi-au investit resursele în politica centrală este un efect uşor de anticipat. Astfel, o serie de deputaţi, senatori, membri ai Parlamentului European, precum şi cinci miniştri, patru secretari de stat au candidat pentru cele mai importante funcţii la nivel judeţean.

A doua modificare importantă este reprezentată de faptul că pentru prima dată prevederile Legii nr. 249 din 22 iunie 2006 care completează Legea nr. 393/2004 privind statutul aleşilor locali urmau să intre în vigoare, aleşii locali rezultaţi urmând să îşi piardă calitatea în cazul în care încetează a mai fi membri ai partidului pe listele căruia au candidat. Întrucât această prevedere urma să ofere o putere mult mai mare de control al aleşilor locali de către conducerea filialei locale a partidului, gradul de discreţie a partidelor în alegerea candidaţilor a crescut în urma noilor modificări.

Consideraţii despre campania electorală

Unul dintre cele mai importante efecte ale campaniilor electorale este acela de a activa predispoziţii latente şi de a întări dispoziţiile existente, lucru care face ca în ciuda unor fluctuaţii semnificative între diferite tururi de scrutin, fluctuaţii măsurate de sondajele de opinie, rezultatul votului să fie în general coerent cu cel din alegerile anterioare.

Astfel, în ciuda unor analize cu privire la evoluţiile electorale efectuate pe baza unor sondaje de opinie, în cea mai mare parte a tururilor de scrutin organizate în România au existat nenumărate eşecuri de estimare a rezultatului votului. Unul dintre cei mai importanţi factori care contribuie la acest eşec este supraestimarea intenţiei de vot, aspect care face ca diferenţele dintre sondaje şi rezultatele

înregistrate la urnă să fie determinate de diferenţa de mobilizare a electoratului diferitelor partide la vot. Astfel, în contextul unei participări scăzute la vot, capacitatea de mobilizare la nivel local, determinată de puterea organizaţiilor locale, reprezintă unul dintre cei mai importanţi factori care urmează să determine diferenţa de câteva procente, care indică de obicei câştigătorul unei competiţii strânse.

Chiar dacă atmosfera de campanie a fost permanentă începând cu alegerile pentru Parlamentul European, conturarea unor programe politice la nivel local, precum şi prezentarea candidaţilor au fost făcute foarte târziu, aspect care confirmă destructurarea ideologică a câmpului politic românesc. La numai două săptămâni de la data finală de depunere a candidaturilor au existat multe cazuri în care diferiţi candidaţi se aflau simultan în negocieri cu mai multe partide politice, programele electorale fiind evasiabsente.

Rezultatele alegerilor locale din 2004 ca ghid pentru interpretarea rezultatelor din 2008

În 2004, atenţia mass-mediei naţionale a fost concentrată asupra a două bătălii electorale centrale, competiţia pentru Primăria Municipiului Bucureşti şi cea pentru Primăria Municipiului Cluj-Napoca. Dacă din partea celui mai vocal partid de opoziţie se prezentau în competiţie preşedintele, Traian Băsescu, şi numărul doi din partid, Emil Boc, din partea partidului aflat la guvernare s-au prezentat politicianul cu cel mai înalt nivel de încredere din PSD la acel moment, ministrul de Externe Mircea Geoană, şi cel mai important reprezentant al partidului din Ardeal, Ioan Rus. Chiar dacă înfrângerea categorică a PSD în ambele bătălii şi câştigarea alegerilor de către PD şi PNL părea să indice un trend pozitiv, rezultatele alegerilor parlamentare din 2008 au infirmat această tendinţă, Alianţa PSD + PUR câştigând detaşat alegerile parlamentare.

Astfel, experienţa anului 2004 a subliniat faptul că rezultatele alegerilor locale sunt mai importante pentru controlul resurselor la nivel local pentru următorii patru ani decât pentru determinarea rezultatului alegerilor generale, aşa cum reiese din tabelul 1. Deţinerea funcţiei de preşedinte al consiliului judeţean în 2004 a avut un impact pozitiv doar în unele cazuri asupra evoluţiei procentului obţinut între alegerile locale din 2004 şi 2008, dar a avut mai degrabă o influenţă negativă asupra evoluţiei procentului obţinut de o formaţiune între alegerile locale şi generale din 2004. De exemplu, în judeţele în care PSD a câştigat funcţia de

preşedinte al consiliului judeţean în 2004, acest partid a obţinut scoruri în medie cu 7,51% mai mici la alegerile parlamentare din 2004 şi cu 16,21% mai puţin la următoarele alegeri locale. În schimb s-au remarcat evoluţii pozitive în judeţele în care preşedinţii consiliului judeţean au fost din partea PD, procentul crescând în medie cu 7,04%, sau PNL, acesta scăzând cu numai 1,27%. Aceste rezultate pot fi interpretate fie în sensul că o serie de rezultate bune la alegerile locale sunt obţinute preponderent datorită personalităţilor implicate în alegeri, fie că bazinul electoral al unui partid este strict limitat.

Tabelul 1. *Evoluţia medie a procentelor obţinute la alegerile generale din 2004 şi locale din 2008 în funcţie de deţinerea funcţiei de Preşedinte al Consiliului Judeţean în 2004*

Preşedintele CJ 2004	Evoluţia medie a PSD între 2004 şi 2008 la alegerile locale (%)	Evoluţia medie a PD între 2004 şi 2008 la alegerile locale (%)	Evoluţia medie a PNL între 2004 şi 2008 la alegerile locale (%)	Evoluţia medie a PSD + PUR între alegerile locale şi generale din 2004 (%)	Evoluţia medie a ADA între alegerile locale şi generale din 2004 (%)
ADA	2,20	6,80	–18,20	–4,40	–11,38
PD/FSN (1992)	7,04	14,87	–5,41	–5,35	–12,03
FDSN/ PDSR/ PSD	–16,21	12,47	–2,36	–7,51	–9,32
PUR	–14,33	9,70	–0,087	–9,17	–8,60
PNL	–1,27	11,47	1,96	–5,21	–10,92
PRM	–12,43	12,06	–1,84	–2,85	–11,61
UDMR	–6,03	1,85	3,09	0,82	–5,43

De altfel, între 2000 şi 2004, influenţa controlului local al puterii a fost şi mai negativă. De exemplu, deţinerea primăriei şi a preşedinţiei consiliului judeţean în 2000 a avut un efect negativ puternic asupra scorului obţinut de PSD în 2004, (r = –0,497**) pentru primărie şi respectiv (r = –0,481**) pentru consiliul judeţean. Mai mult, dacă cumulăm cele două variabile[1], controlul politic dobândit

1. Se creează o variabilă cu următoarele valori: 0 = PSD nu a câştigat preşedinţia CJ sau primăria în reşedinţa de judeţ; 1 = PSD a câştigat preşedinţia CJ sau primăria în reşedinţa de judeţ, 2 = PSD a câştigat preşedinţia CJ şi primăria în reşedinţa de judeţ.

de PSD în urma alegerilor locale din 2000 este şi mai puternic corelat negativ (r = -0,600**) cu scorul obţinut în 2004.

Finanţarea campaniei electorale[1]

În această secţiune vor fi prezentate cele mai relevante rezultate ale monitorizării cheltuielilor partidelor politice şi ale candidaţilor independenţi în campania electorală pentru alegerilor locale din 2008. Structura cheltuielilor în campania electorală reprezintă unul dintre cei mai importanţi indicatori cu privire la strategia partidului politic, astfel încât analiza datelor rezultate din monitorizarea efectuată de APD, precum şi comparaţia cu declaraţiile făcute de partidele politice ne pot sugera direcţiile de evoluţie a strategiei de campanie a actorilor.

Situaţia la nivelul totalului cheltuielilor monitorizate

Un prim factor semnificativ legat de alegerile locale din 2008 este că, spre deosebire de alegerile locale din 2004, sumele monitorizate nu au mai depăşit plafoanele prevăzute de lege. În practică, acest rezultat este cauzat de ridicarea semnificativă a plafoanelor maxime, atât datorită creşterii numărului de salarii minime brute pe economie prevăzute drept limite, cât şi datorită creşterii cuantumului acestor salarii. Dacă plafonul de cheltuieli pentru Primăria Generală a Municipiului Bucureşti a crescut de 2,5 ori, în cazul primăriilor de sector, plafonul a crescut de la 100.000 lei la 1.250.000, adică o creştere de 12,5 ori din 2004 până în 2008. Această creştere a permis partidelor politice un grad mult mai mare de libertate cu privire la organizarea activităţilor de campanie, libertate care nu a fost pusă în practică.

La nivelul celor şapte localităţi monitorizate, PD-L a cheltuit un total de 7.889.021 de lei, adică mai mult decât PNL şi PSD, care au cheltuit 2.182.280 de lei, respectiv 3.357.916 de lei. Faţă de anul 2004, când APD a efectuat o monitorizare similară din punctul de vedere al acoperirii (Bucureşti, Bacău, Braşov, Cluj-Napoca, Constanţa, Râmnicu-Vâlcea şi Timişoara), PD-L a luat locul PSD în cazul publicităţii în presa scrisă şi *outdoor*. Dacă în raportul APD din 2004 se menţiona că „Partidul Social Democrat a cheltuit mai mult decât toate celelalte partide la un loc, detaşându-se cu suma de 3.225.811 USD pentru publicitate în presa scrisă (faţă de cât au înregistrat împreună PD, PNL şi Alianţa DA)",

1. O versiune extinsă a acestei secţiuni este prezentă în Raportul APD cu privire la Alegerile Locale din 2008, *Reguli şi nereguli în campania electorală*.

adică un total de aproximativ opt milioane lei, cu ocazia alegerilor locale din 2008, PD-L a reuşit să se detaşeze în termeni de cheltuieli.

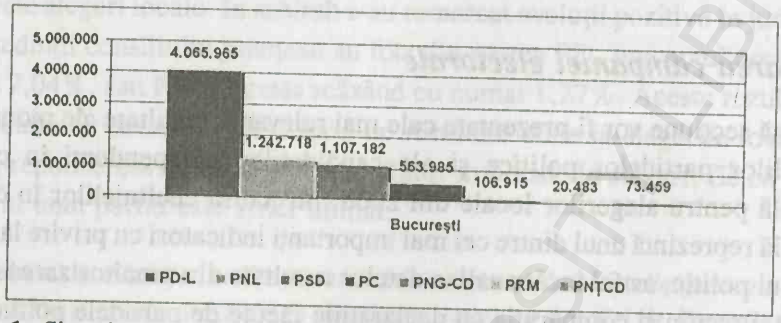
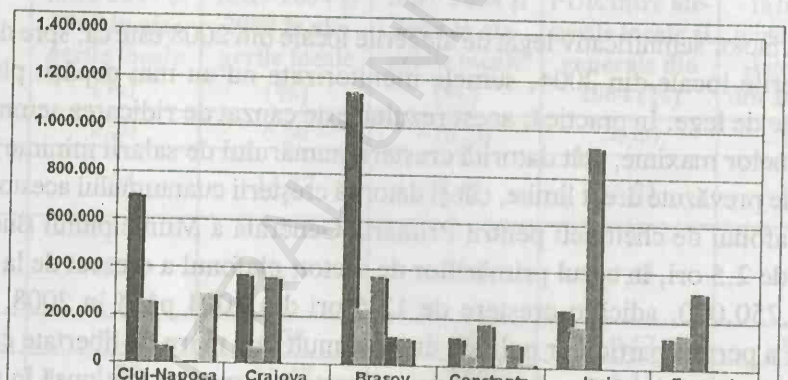


Figura 1. *Situaţia comparativă a cheltuielilor totale (Primăria Generală, primării de sector, Consiliul General al Municipiului Bucureşti, consiliile de sector) în tururile I şi II, la nivel de partid în Municipiul Bucureşti*



	Cluj-Napoca	Craiova	Braşov	Constanţa	Iaşi	Focşani
PD-L	709.466	377.353	1.148.885	125.790	247.305	135.211
PNL	263.211	68.525	235.203	48.008	174.824	149.791
PSD	75.985	363.225	373.250	180.439	932.248	325.587
PC	0	2.123	122.660	0	0	3.217
PNG-CD	8.445	0	118.342	99.685	0	1.559
PRM	296.138	0	0	20.611	0	0

Figura 2. *Situaţia comparativă a cheltuielilor totale (primăria municipiului reşedinţă de judeţ, consiliul local, consiliul judeţean) în tururile I şi II la nivel de partid în municipiile Cluj-Napoca, Craiova, Braşov, Constanţa, Iaşi şi Focşani*

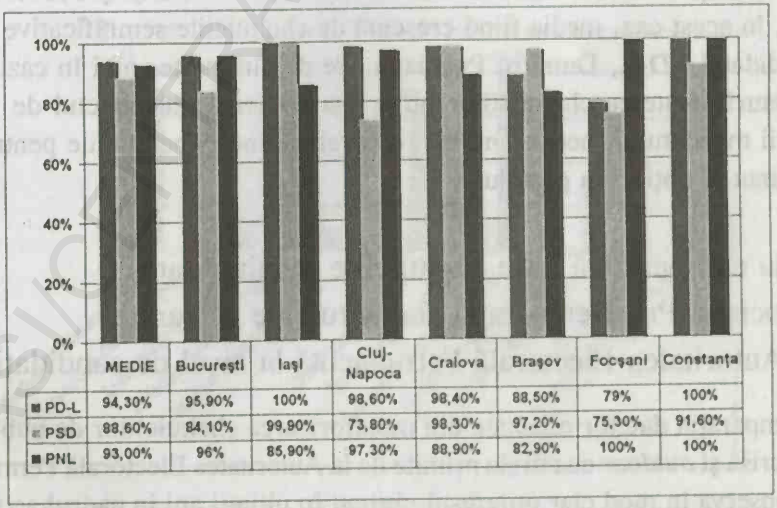
Aşa cum reiese din figurile 1 şi 2, atât în Bucureşti, cât şi în patru dintre cele şase municipii monitorizate, PD-L a cheltuit semnificativ mai mult pentru publicitatea electorală în presa scrisă şi *outdoor*. Dacă în Bucureşti şi Cluj-Napoca, pe locul

al doilea, la o distanţă considerabilă faţă de PD-L se află PNL, în celelalte municipii, PSD se situează după PD-L la capitolul cheltuieli.

Personalizarea campaniei electorale

În comparaţie cu anul 2004, una dintre principalele caracteristici ale campaniei electorale pentru alegerile locale este volumul foarte scăzut de publicitate pentru echipele partidelor politice, aspect care indică o reorientare a echipelor de campanie către o personalizare a votului. În condiţiile în care partidele politice rămân printre organizaţiile cu cele mai scăzute nivele de încredere în rândul populaţiei, este mult mai eficient ca mesajul de campanie să se concentreze asupra candidaţilor şi nu asupra partidelor.

Aşa cum reiese din figura 3, cheltuielile de reclamă pentru candidaţi raportate la totalul cheltuielilor pentru monitorizarea *outdoor* şi presă efectuate de fiecare partid variază între 86 şi 94% pentru principalele partide. Faptul că PD-L este partidul cu cea mai pregnantă personalizare a campaniei pentru candidaţi nu este o surpriză, ţinând cont de autoportretizarea partidului drept un „partid al primarilor" (Emil Boc la Realitatea TV, 1 iunie 2008). Pe de altă parte, prin introducerea unor mesaje de promovare a „echipei" precum şi a unor mesaje sociale, PSD a avut o campanie electorală mai puţin personalizată.



	MEDIE	Bucureşti	Iaşi	Cluj-Napoca	Craiova	Braşov	Focşani	Constanţa
PD-L	94,30%	95,90%	100%	98,60%	98,40%	88,50%	79%	100%
PSD	88,60%	84,10%	99,90%	73,80%	98,30%	97,20%	75,30%	91,60%
PNL	93,00%	96%	85,90%	97,30%	88,90%	82,90%	100%	100%

Figura 3. *Campania pentru persoane* versus *campanie pentru partid. Situaţia comparativă a cheltuielilor pentru persoane (primar, preşedinte al consiliului judeţean) raportată la totalul cheltuielilor de campanie*

BCU IAŞI CENTRUL DE RESURSE

Cât costă un vot? Eficienţa cheltuielilor în raport cu numărul voturilor obţinute

Aşa cum reiese din figurile 4 şi 5, eficienţa campaniilor electorale pentru candidaţii principali la funcţia de primar a diferit foarte mult. În timp ce primarii în funcţie au cheltuit, în medie 7,7 lei pentru fiecare vot obţinut în alegeri în Bucureşti, respectiv 7 lei pe vot în provincie, principalii competitori au cheltuit 7,4 lei pentru fiecare vot primit în Bucureşti, respectiv 8,3 lei în provincie. Dacă primari precum Neculai Onţanu, Liviu Negoiţă sau Radu Ştefan Mazăre au reuşit să recâştige postul de primar cu costuri minime (1,2 lei, 2 lei respectiv 1,9 lei pentru fiecare vot primit), o parte dintre primarii intraţi în turul II au cheltuit sume semnificative pentru a rămâne în funcţie. De exemplu, Cristian Poteraş a fost nevoit să cheltuiască 14,7 lei pentru fiecare vot obţinut, în timp ce Gheorghe Nichita a ajuns la 15 lei. Din punctul de vedere al perdanţilor, Răzvan Murgeanu, candidatul PD-L la primăria sectorului 1 al Municipiului Bucureşti se remarcă cu cea mai costisitoare campanie, ajungând la cheltuieli de 19,8 lei pentru fiecare vot obţinut.

Cheltuielile efectuate de candidaţii pentru funcţia de preşedinte al consiliului judeţean raportat la numărul de voturi obţinute (figurile 6, 7 şi 8) au fost semnificativ sub media celor pentru funcţia de primar în reşedinţa de judeţ. La nivel de judeţ, media variază între 0,6 lei în judeţul Constanţa şi 5,2 lei în judeţul Braşov, în acest caz, media fiind crescută de cheltuielile semnificative efectuate de candidatul PD-L, Dumitru Puchianu. Pe de altă parte, nici în cazul acestor candidaturi creşterea cheltuielilor nu a fost eficientă din punctul de vedere al obţinerii mandatului, neexistând nici o corelaţie între cheltuielile pentru fiecare vot obţinut şi obţinerea postului.

Situaţia comparativă între cheltuielile monitorizate de Asociaţia Pro Democraţia şi cheltuielile declarate către Autoritatea Electorală Permanentă la nivel de candidaţi

Din comparaţia datelor rezultate din monitorizarea cheltuielilor de publicitate în presa scrisă şi *outdoor* cu cifrele primite de la Autoritatea Electorală Permanentă se poate observa în mod clar progresul obţinut în ultimii ani în cadrul activităţii de monitorizare a finanţării campaniilor electorale. Efectul combinat al creării departamentului specializat în finanţarea partidelor politice din cadrul Autorităţii Electorale Permanente, al modificărilor aduse prin Legea nr. 334/2006 şi al

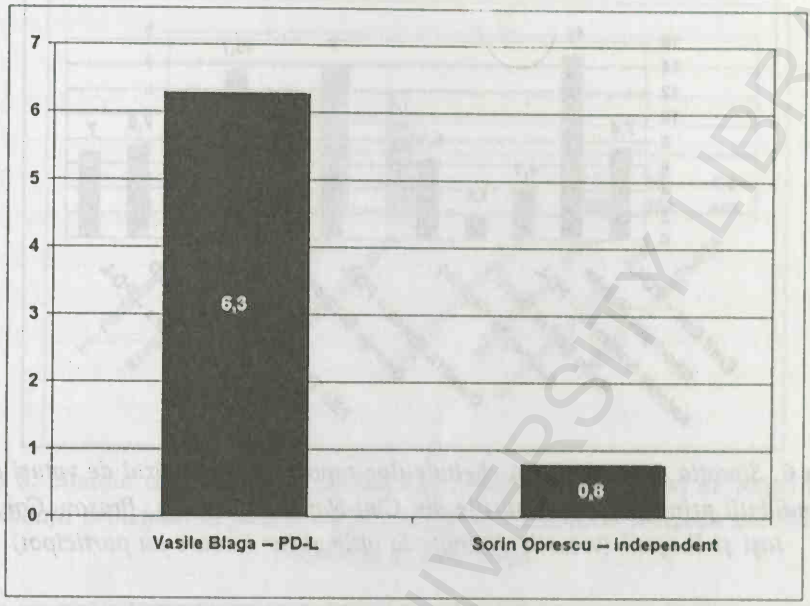


Figura 4. *Situaţia comparativă a cheltuielilor raportate la numărul de voturi obţinute în turul II de candidaţii la funcţia de primar general al municipiul Bucureşti*

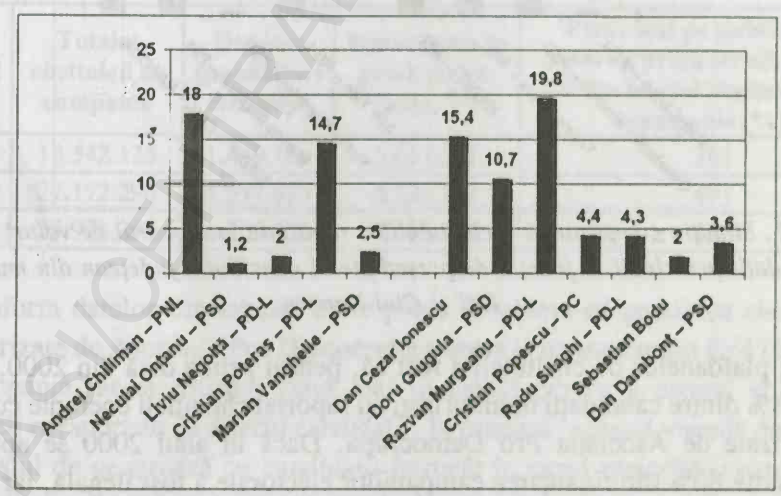


Figura 5. *Situaţia comparativă a cheltuielilor raportate la numărul de voturi obţinute de candidaţii principali la primăriile de sector din Municipiul Bucureşti (voturile obţinute la ultimul tur la care au participat)*

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

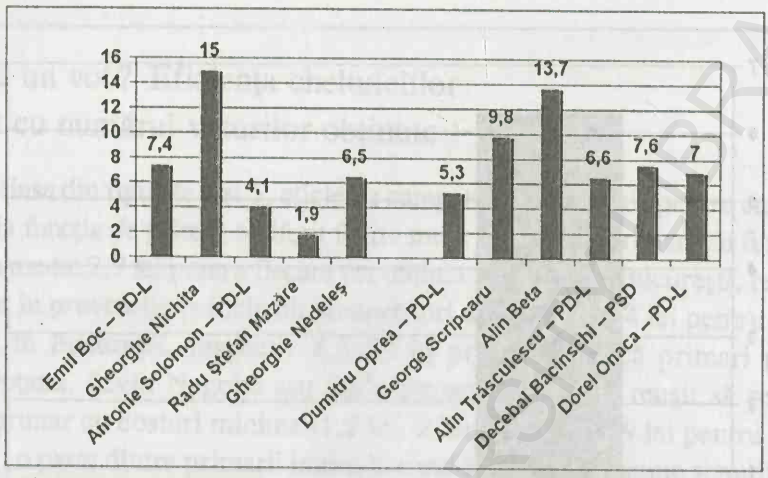


Figura 6. *Situaţia comparativă a cheltuielilor raportate la numărul de voturi obţinute de candidaţii principali la primăriile din Cluj-Napoca, Craiova, Braşov, Constanţa, Iaşi şi Focşani (voturile obţinute la ultimul tur la care au participat)*

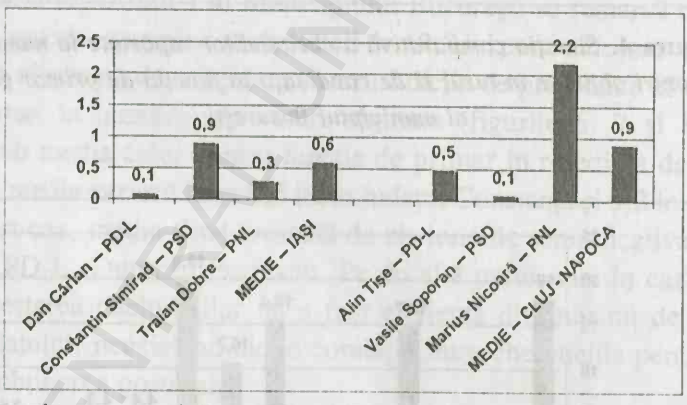


Figura 7. *Situaţia comparativă a cheltuielilor raportate la numărul de voturi obţinute de candidaţii principali la funcţia de preşedinte al consiliului judeţean din municipiile Iaşi şi Cluj-Napoca*

creşterii plafoanelor de cheltuieli a fost că, pentru prima dată din 2000, aproximativ 38% dintre candidaţii monitorizaţi au raportat cheltuieli coerente cu sumele monitorizate de Asociaţia Pro Democraţia. Dacă în anul 2000 se aprecia că aproximativ 80% din finanţarea campaniilor electorale a fost ilegală, iar în 2004 acest procent a scăzut sub 50%, în cazul alegerilor locale din iunie 2008, cheltuielile monitorizate de APD au reprezentat 55% din totalul cheltuielilor raportate de candidaţii monitorizaţi, şi aproximativ 105% din cheltuielile pe publicitatea *outdoor*, în presa scrisă, radio şi TV.

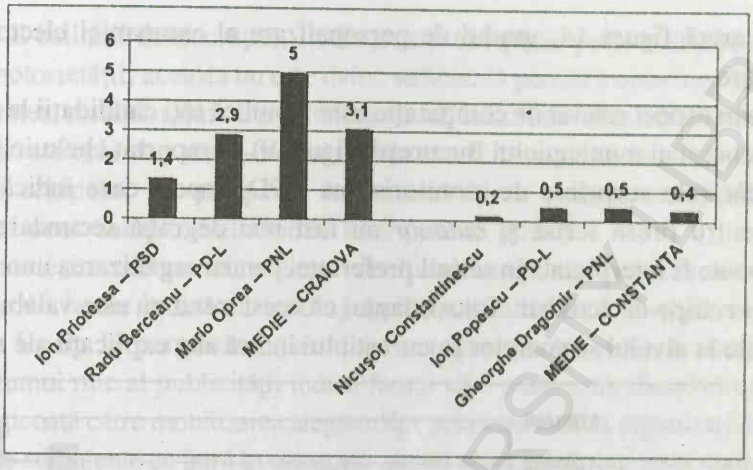


Figura 8. *Situaţia comparativă a cheltuielilor raportate la numărul de voturi obţinute de candidaţii principali la funcţia de preşedinte al consiliului judeţean din municipiile Craiova şi Constanţa*

Din punctul de vedere al structurii cheltuielilor pentru publicitatea în presa scrisă şi *outdoor*, în cazul celor trei competitori principali avem următoarea situaţie:

Tabelul 2. *Sumele cheltuite în campania electorală pentru alegerile locale din iunie 2008 de PNL, PD-L şi PSD*

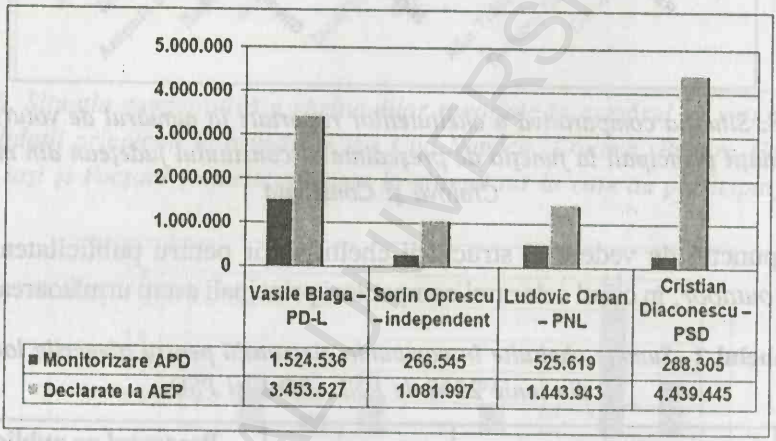
Partid	Totalul cheltuieli de campanie	*Outdoor* (publicitate stradală)	Publicitatea în presă scrisă, radio, TV	Procentul pe publicitatea *outdoor*, presă scrisă, radio şi TV din totalul cheltuielilor de campanie (%)
PNL	18.542.125	1.449.162	5.613.591	38
PD-L	27.172.296	5.957.620	6.721.202	47
PSD	25.978.235	1.920.866	5.280.968	28

Conform datelor din tabelul 2, se poate considera că ponderea cheltuielilor monitorizate de Asociaţia Pro Democraţia a urcat la un maximum de 47% la nivel de campanie, acest procent fiind luat în calcul pentru a estima volumul de cheltuieli neraportate de diferiţi candidaţi[1]. În practică, această metodă de estimare este destul de generoasă cu candidaţii întrucât în cazul majorităţii candidaţilor, cheltuielile pe publicitate la nivel individual sunt mai mari decât în cazul partidului,

1. Calculul se va face după formula 1 – [(Cheltuieli totale declarate de un candidat la AEP * 47%)/Cheltuieli monitorizate de AEP]. Nu au fost raportate depăşiri mai mari de 5%.

aşa cum arată figura 14, gradul de personalizare al campaniei electorale fiind foarte mare.

Un prim aspect relevat de comparaţie este faptul că toţi candidaţii la funcţia de primar general al municipiului Bucureşti (figura 9) au raportat cheltuieli mult mai mari decât cele surprinse de monitorizarea APD, aspect care indică faptul că acelea pentru presa scrisă şi *outdoor* au fost mai degrabă secundare. Această situaţie poate fi interpretată în sensul preferinţei pentru organizarea unor campanii bazată pe echipe de activişti. Totuşi, faptul că acest trend nu este valabil şi pentru campaniile la nivelul sectoarelor Bucureştiului indică alte explicaţii ale anomaliei.



	Vasile Blaga – PD-L	Sorin Oprescu – independent	Ludovic Orban – PNL	Cristian Diaconescu – PSD
Monitorizare APD	1.524.536	266.545	525.619	288.305
Declarate la AEP	3.453.527	1.081.997	1.443.943	4.439.445

Figura 9. *Situaţia comparativă a cheltuielilor monitorizate de APD şi a cheltuielilor declarate la AEP pentru candidaţii la Primăria Generală a Municipiului Bucureşti*

Un al doilea aspect deosebit relevat de comparaţia între cheltuielile monitorizate de Asociaţia Pro Democraţia şi cheltuielile declarate către Autoritatea Electorală Permanentă este faptul că, cu patru excepţii, nici un candidat nu s-a apropiat semnificativ de plafonul maxim de cheltuieli. Cristian Diaconescu, candidatul PSD la funcţia de primar general al municipiului Bucureşti, Andrei Chiliman, Marian Vanghelie, candidaţi la primării de sector, şi Dumitru Oprea, candidat la Primăria Municipiului Iaşi, sunt singurii care s-au apropiat de 90% din plafonul maxim de cheltuieli permis de lege.

Concluzii despre finanţarea campaniei electorale

Faptul că, în general, nu există o corelaţie între sumele cheltuite în campanie şi numărul de voturi sau câştigarea funcţiei reprezintă un factor pozitiv din punctul

de vedere al calităţii democraţiei. În timp ce o campanie puternică poate duce la creşterea notorietăţii, aceasta nu este deloc suficientă pentru a convinge electoratul de viabilitatea candidatului. De altfel, această concluzie este similară cu cea a mai multor articole din mass-media românească, în care se subliniază limitele capacităţii echipelor de campanie în îmbunătăţirea şansele candidaţilor prin intermediul unor campanii electorale bine puse la punct.

Datele reieşite din monitorizarea cheltuielilor şi compararea acestora cu cheltuielile declarate indică un fapt îngrijorător, şi anume că în ciuda faptului că plafoanele legale le permiteau, partidele au optat pentru a nu fi transparente. Astfel, volumul mic al publicităţii indică faptul că o parte semnificativă de resurse a fost direcţionată către mobilizarea alegătorilor prin intermediul organizaţiilor locale, nivel la care stimulente ce intră în categoria „mitei electorale" sunt mult mai eficiente.

Din punctul de vedere al caracteristicilor cheltuielilor, campania pentru alegerile locale din 2008 nu diferă semnificativ de cea din 2004, acest lucru putând fi interpretat în sensul unei aparente stabilizări a finanţării procesului electoral din România. Din păcate, această stabilizare nu are o conotaţie pozitivă întrucât situaţia este departe de a fi echilibrată. Dacă în 2004 PSD era campionul cheltuielilor, în 2008 acest loc a fost luat de PD-L. Mai mult, dacă în cazul candidaţilor la funcţia de preşedinte al consiliului judeţean a existat un oarecare echilibru, între candidaţii la funcţia de primar au existat dezechilibre majore. În foarte multe cazuri, un candidat a cheltuit aproape cât toţi ceilalţi.

Semnificaţia rezultatelor alegerilor locale din 2008

Alegerile locale din iunie 2008 au adus în prim-plan confruntarea a trei forţe politice majore: PD-L, PSD şi PNL. Dacă în turul I prezenţa la vot la nivel naţional a fost de 49,38%, valoare medie pentru acest tip de alegeri, în turul II prezenţa a fost de 47,42%. Rezultatele generale ale alegerilor locale au confirmat faptul că sistemul de partide românesc s-a configurat într-o formulă „două-partide-şi--jumătate", cele două partide principale înregistrând împreună în jur de 70% dintre voturi. Alegerile locale din 2008 indică o continuare a declinului partidului care a dominat decisiv scena politică postcomunistă. PSD a câştigat doar 16 posturi de preşedinte al consiliului judeţean şi a scăzut sub 30% în privinţa numărului de primării câştigate. Din acest punct de vedere, capacitatea locală de mobilizare a PSD pentru alegerile generale a fost în regres. Nu în ultimul rând, alegerile locale din 2008 au instalat cele mai influente persoane politice la nivel local în funcţia preşedintelui consiliului judeţean, persoane care au fost alese însă cu o medie naţională de doar 37,50% din totalul voturilor valabil exprimate.

Legătura dintre rezultatele de la alegerile locale din 2008 şi alte scrutine

Din punctul de vedere al relaţiei dintre rezultatele din 2008 şi cele de la scrutine anterioare, aceasta este una destul de semnificativă, arătând o continuitate pe termen mediu. Aşa cum reiese din tabelul 3, PSD este partidul care înregistrează cea mai mare stabilitate a rezultatelor la nivel judeţean, atât rezultatele de la alegerile locale, cât şi cele de la parlamentarele din 2004 prezentând o asociere puternică cu rezultatele de la alegerile locale din 2008. La polul opus, scorul obţinut de PNL la alegerile locale din 2008 nu este corelat cu cel de la alegerile parlamentare din 2004 (scorul Alianţei DA), dar indică o coerenţă cu rezultatele la alegerile locale din 2000 şi 2004. Existenţa unei corelaţii cu scorul Alianţei DA pentru PD şi lipsa acesteia pentru PNL poate fi interpretată în sensul unei moşteniri de către PD a electoratului comun câştigat în 2004.

Tabelul 3. *Corelaţia dintre rezultatul alegerilor locale 2008 (consilieri judeţeni) şi scrutinele anterioare*

Alegeri / Partid	Parlamentare 2004 (corelaţia cu scorul ADA pentru PD şi PNL)	Locale 2004	Parlamentare 2000	Locale 2000	Parlamentare 1996	Locale 1996
PD	0,668**	0,544**	0,424**	–	0,467**	–
PNL	NS	0,586**	NS	0,345**	NS	–
PSD	0,780**	0,803**	0,370**	0,652**	0,435**	0,681**

Indicele de corelaţie Spearman (variază între –1 şi 1).
** Corelaţie semnificativă la nivelul de 0,01 ; NS – corelaţie nesemnificativă.

Distribuţia regională a votului

Cei mai mulţi analişti politici au accentuat importanţa diferenţelor comportamentelor de vot la nivel regional drept unul din principalele clivaje care au structurat viaţa politică postcomunistă (Mungiu, 2002; Popescu şi Stefuriuc, 2002; Bodocan, 2001). Dacă la alegerile dintre 1990 şi 2000 au existat întotdeauna linii clare de demarcaţie, rezultatele obţinute de principalele formaţiuni politice la nivelul anului 2004 indică o tendinţă de omogenizare a comportamentelor politice. Aşa cum reiese din tabelul 4, atât în 2004, cât şi în 2008 votul pentru PSD este statistic semnificativ în trei regiuni, cel pentru PNL şi PD fiind mult mai omogen la nivelul ţării, în 2008 nici o regiune nemaiavând o corelaţie statistică cu votul pentru aceste formaţiuni.

Tabelul 4. *Asocierea regiunilor cu votul pentru diferite forţe politice*

	% obţinute de PD în 2008 pentru consilieri judeţeni	% obţinute de PNL în 2008 pentru consilieri judeţeni	% obţinute de PSD în 2008 pentru consilieri judeţeni	% obţinute de PD în 2004 pentru consilieri judeţeni	% obţinute de PNL în 2004 pentru consilieri judeţeni	% obţinute de PSD + PUR în 2004 pentru consilieri judeţeni	Diferenţă % ADA – PSD obţinute la consilieri judeţeni 2004
Moldova	NS	NS	NS	NS	–0,340*	0,400*	NS
Muntenia	NS	NS	0,335**	NS	NS	0,275*	NS
Oltenia	NS	NS	NS	NS	NS	NS	–0,234*
Dobrogea	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
Transilvania	NS	NS	–0,462**	NS	NS	NS	0,260*
Crişana-Maramureş	NS	NS	–0,327**	NS	NS	–0,290*	0,250*
Banat	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
Bucureşti	NS	NS	NS	0,205*	NS	NS	NS

Indicele de corelaţie Kendall's tau-b (variază între –1 şi 1).

** Corelaţie semnificativă la nivelul de 0,01.

* Corelaţie semnificativă la nivelul de 0,05.

NS – corelaţie nesemnificativă.

BCU "BABEŞ-BOLYAI" UNIVERSITY LIBRARY

Alegerile parlamentare din noiembrie 2008

Evoluţii legislative

Alegerile pentru Camera Deputaţilor şi Senat din 30 noiembrie 2008 au fost organizate în premieră într-un sistem electoral cu totul diferit de cel folosit până acum şi au ridicat o serie de probleme organizatorice atât la nivelul administraţiei, cât şi la nivelul competitorilor electorali. În 2007, după mai multe luni de negocieri intense, APD şi cele mai importante partide politice parlamentare au ajuns la un consens asupra câtorva modificări făcute sistemului propus de către APD. În acelaşi timp, preşedintele României, Traian Băsescu a adus în discuţie sistemul majoritar în două tururi, iar în octombrie 2007 a anunţat organizarea unui referendum pe această temă în aceeaşi zi cu alegerile pentru Parlamentul European, 25 noiembrie 2007. În contextul invalidării referendumului din cauza prezenţei reduse, legea adoptată prin asumarea răspunderii guvernamentale în octombrie 2007 a fost contestată la Curtea Constituţională. În urma declarării ca neconstituţional a unui articol din lege, s-a optat, în urma unor noi negocieri, pentru modificarea primei variante a sistemului propus de APD. La 4 martie 2008, este votată noua Lege electorală (35/2008) care descrie o formulă electorală inspirată din sistemul propus de APD, dar ajustată în funcţie de poziţia partidelor politice.

Formula exactă de atribuire a mandatelor, care a stârnit nenumărate controverse după alegerile din 30 noiembrie 2008, este propunerea Partidului Social Democrat, partid care în contextul blocajului din februarie 2008 a condiţionat sprijinul pentru lege de adaptarea modelului împrumutat din Slovenia, introducând în acelaşi timp principiul ca în fiecare circumscripţie să fie alocat doar un mandat. Chiar dacă modalitatea de calcul prezenta de la început dezavantajul că unii ocupanţi ai primului loc urmau să nu obţină mandatul, APD şi partidele politice au acceptat acest compromis, deoarece nu altera principiile convenite la începutul negocierilor din martie 2007 – alegeri în colegii uninominale şi repartizarea proporţională a mandatelor.

Adoptarea legii abia în martie 2008 a făcut ca decuparea colegiilor să fie făcută într-un mod rapid şi mai degrabă netransparent, tensiunile generate de acest proces ridicând o serie de semne de întrebare cu privire la capacitatea de a influenţa rezultatele alegerilor printr-o decupare convenabilă a colegiilor. De asemenea, fiind puse în situaţia de a căuta candidaţi „reali" pentru fiecare colegiu, partidele politice au fost obligate să sondeze potenţialul unor personalităţi

dinafara politicului. Nu în ultimul rând, organizarea alegerilor în colegii uninominale a făcut ca nici o persoană să nu aibă certitudinea că va intra în parlament în contextul în care partidul lui ar fi depăşit pragul electoral.

Noul sistemul electoral introdus prin Legea 35 din 2008 reprezintă rezultatul unui compromis al proiectului propus de Asociaţia Pro Democraţia cu opţiunile celor mai importante formaţiuni politice din România. Principiul de la care s-a plecat şi care a rămas constant pe parcursul a 13 ani de eforturi ale APD de schimbare a sistemului electoral a fost de a adapta un sistem de vot uninominal (în care alegătorul poate să îşi manifeste preferinţa pentru persoane, şi nu liste) cu un rezultat proporţional la nivel naţional (Parlamentul să reflecte interesele unui număr cât mai mare de cetăţeni). Din punctul de vedere al surselor de inspiraţie, noul sistem electoral reprezintă o combinaţie între sistemul german şi cel sloven. De exemplu, în Slovenia, Parlamentul este compus din 90 de membri, doi ai minorităţilor naţionale, 88 fiind aleşi în opt regiuni, fiecare cu 11 colegii uninominale. Totuşi, spre deosebire de România, dezavantajul sistemului este că nu toate colegiile uninominale au un reprezentant, distribuţia mandatelor fiind determinată doar de numărul de voturi al fiecărui candidat. Astfel, colegiile cu o distribuţie relativ egală între doi sau mai mulţi candidaţi cu şanse mai mici de a avea un reprezentant în Parlament.

Campania electorală

Decalarea pentru prima dată a alegerilor parlamentare în raport cu cele prezidenţiale a pus partidele politice în faţa unuia dintre cele mai dificile teste din istoria postcomunistă. În lipsa locomotivei la nivel naţional, candidat care în general a reprezentat principalul vector de imagine, partidele au fost nevoite să se organizeze la nivelul circumscripţiilor electorale pentru a-şi transmite mesajul electoral şi a-şi mobiliza electoratul.

Campania electorală a stat sub semnul eficienţei comunicării unor deziderate socioeconomice. Practic, cu excepţia unor nuanţe, mesajul primelor trei formaţiuni politice a fost relativ uniform: creşterea salariilor, a pensiilor şi a indemnizaţiilor pentru mame, reducerea semnificativă a şomajului, creşterea investiţiilor străine, scăderea impozitelor şi a taxelor, creşterea ritmului de absorbţie a fondurilor europene. Singura problemă aflată în dispută directă a fost reprezentată de menţinerea sau nu a cotei unice de impozitare, PD-L şi PNL pronunţându-se pentru menţinerea ei în timp ce PSD a argumentat necesitatea revenirii la impozitarea progresivă.

O altă caracteristică a campaniei electorale este dată de formularea de către candidaţii la funcţia de deputat şi senator a unor soluţii pentru problemele unor comunităţi locale. Chiar dacă din punct de vedere tehnic abilitatea acestora de a influenţa rezolvarea acestor probleme este foarte redusă, ei pot deveni factori de presiune pe lângă autorităţile locale pentru a forţa adoptarea unor decizii. Din acest punct de vedere, gradul de legitimitate şi încrederea în viitorul parlament pot creşte sau scădea în funcţie de cât de bine se vor achita noii aleşi de sarcinile pe care şi le-au asumat.

Rezultatul alegerilor

Rezultatele alegerilor parlamentare au confirmat tendinţele de polarizare a vieţii partidice româneşti, primele două forţe politice, PD-L şi Alianţa PSD + PUR fiind practic la paritate. PNL, cel de-al treilea partid politic, în ciuda controlului resurselor publice în ultimii trei ani, nu a reuşit să obţină decât 18,74% la Camera Deputaţilor, în marea majoritate a cazurilor candidaţii acestui partid intrând în Parlament de pe locul 2 sau 3 în colegiul uninominal în care au candidat. Aşa cum reiese din tabelul 5, evoluţia PD-L, PSD-PUR şi PNL la nivel judeţean între alegerile locale (Consiliul Judeţean) şi parlamentare (Camera Deputaţilor) din 2008 se corelează negativ cu evoluţia pozitivă a PD-L şi PSD + PUR cu cea a PNL. Totuşi, în judeţele în care PSD + PUR a crescut cel mai mult, acest lucru s-a întâmplat în contextul unei scăderi a PNL, dar nu şi a PD-L.

Tabelul 5. *Corelaţii între evoluţia PD-L, PSD-PUR şi PNL la nivel judeţean între alegerile locale (Consiliul Judeţean) şi parlamentare (Camera Deputaţilor) din 2008*

	PD-L Diferenţa generale--locale 2008	PSD + PUR Diferenţa generale--locale 2008	PNL Diferenţa generale--locale 2008
PD-L **Diferenţa generale-locale 2008**	–	NS	–0,366*
PSD + PUR **Diferenţa generale-locale 2008**	NS	–	–0,421*
PNL **Diferenţa generale-locale 2008**	–0,366*	–0,421*	–

Indicele de corelaţie Spearman (variază între –1 şi 1).
** Corelaţie semnificativă la nivelul de 0,01.
* Corelaţie semnificativă la nivelul de 0,05.
NS – corelaţie nesemnificativă.

Evoluţia între locale şi generale la nivel regional

Pentru PSD, Moldova şi Muntenia sunt regiunile care sunt asociate cu o creştere mare între alegerile locale şi generale, acest lucru indicând un potenţial crescut de creştere şi pentru alegerile generale din 2004. Atât în Moldova, cât şi în Muntenia, PSD a reuşit în 1996 şi 2000 creşteri consistente între alegerile locale şi cele generale. Totuşi, spre deosebire de 1996 şi 2000, în 2004, introducerea pragului electoral de 5% a măturat practic scena politică românească încă de la alegerile locale, polarizarea petrecută în 1996 şi 2000 la alegerile generale continuând în 2004 şi 2008.

Datele din tabelele 6 şi 7 ne indică faptul că din punctul de vedere al creşterii sau scăderii scorului politic obţinut între alegerile locale şi generale există o serie de similarităţi. PSD a reuşit să obţină scoruri mai bune în toate regiunile în 1996, 2000 şi 2008, excepţie făcând 2004, când PSD şi PUR au obţinut la alegerile parlamentare un scor sub media celui obţinut separat la alegerile locale. Acest eşec al alianţei PSD + PUR este poate cu atât mai surprinzător cu cât gradul de control al resurselor locale, atât prin numărul de preşedinţi ai consiliului judeţean, cât şi prin dominaţia absolută a numărului de primari, a oferit un avantaj colosal în alegeri.

Tabelul 6. *Diferenţe medii între scorul alegerilor parlamentare şi locale în 1996, 2000, 2004*

	ADA Diferenţa locale-generale 2004	PSD + PUR Diferenţa locale-generale 2004	PNL Diferenţa locale-generale 2000	PSD Diferenţa locale-generale 2000	PSD Diferenţa locale-generale 1996
Moldova	–6,77	–9,32	–1,23	14,65	10,75
Muntenia	–10,82	–5,76	–1,17	10,78	9,68
Oltenia	–10,20	–6,89	–3,01	11,18	6,68
Dobrogea	–7,49	–12,64	0,76	6,38	5,13
Transilvania	–5,55	–3,82	–0,22	3,41	1,37
Crişana-Maramureş	–13,55	–0,80	–0,36	0,46	1,40
Banat	–12,27	–4,43	3,31	3,99	1,18
Bucureşti	–13,23	–2,13	–7,96	1,89	4,84

BCU CLUJ / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Tabelul 7. *Diferenţe medii între scorul la alegerile parlamentare şi cele locale în 2008*

	PD-L Diferenţa locale-generale 2008	PSD + PUR Diferenţa locale-generale 2008	PNL Diferenţa locale-generale 2008
Moldova	3,51	5,25	–0,70
Muntenia	2,00	1,14	2,26
Oltenia	–0,20	9,56	–2,04
Dobrogea	1,95	1,60	–1,40
Transilvania	5,26	3,20	–0,67
Crişana-Maramureş	5,70	6,07	–3,92
Banat	–0,30	4,90	–0,30
Bucureşti	6,55	4,15	–1,10

Dacă atât în 2000, cât şi în 2008, PNL a obţinut scoruri apropiate la alegerile locale şi generale, în 2004, Alianţa DA a reprezentat un eşec relativ din punctul de vedere al rezultatului electoral, înregistrând scoruri semnificativ mai mici decât cele două partide separat în alegerile locale.

Prezenţa la vot – evoluţii şi influenţe

Prezenţa la vot în cadrul alegerilor locale are pentru nivelul naţional mai degrabă contaţii statistice, diferenţele de participare între diferitele zone ale ţării neinfluenţând ponderile la nivel local ale diferitelor forţe politice. Astfel, doar diferenţele între prezenţa la vot a ruralului şi a urbanului pot afecta distribuţia votului în interiorul judeţelor, conferind mai multă greutate unuia din medii în stabilirea conformaţiei consiliului judeţean. În schimb, prezenţa la vot în cadrul alegerilor generale are o influenţă directă asupra greutăţii pe care fiecare judeţ o poate avea în stabilirea rezultatelor alegerilor. Dacă la nivel judeţean efectele asupra trendului general nu sunt semnificative, diferenţele persistente la nivelul zonelor pot avea în schimb efecte importante, luând în considerare tipologia bazinelor electorale de care se bucură diferite partide politice.

BCU "LUCIAN BLAGA" CLUJ-NAPOCA LIBRARY

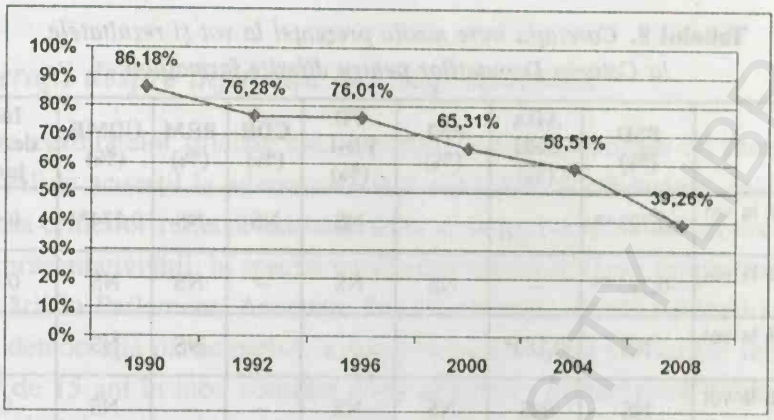


Figura 10. *Evoluţia prezenţei la vot în alegerile parlamentare*

Alegerile parlamentare din 2008 au continuat seria descendentă a prezenţei la vot. Totuşi, întrucât rata prezenţei la urne a fost pentru prima dată sub 50%, doar 39,20% dintre cetăţenii cu drept de vot prezentându-se la secţiile de votare, aceasta poate fi considerată drept îngrijorător de mică, fiind de natură să afecteze legitimitatea democratică a celei mai importante instituţii a oricărui sistem democratic, Parlamentul. Se poate considera însă că cele două şocuri din 2008, noua lege electorală şi lipsa alegerilor prezidenţiale, vor fi resorbite până la următoarele alegeri, partidele politice găsind modalităţi de a se adapta acestor noi realităţi.

Dincolo de cifrele naţionale legate de prezenţa la vot, comportamentul de participare al celor 41 de judeţe şi a Municipiului Bucureşti în cele şase runde de alegeri parlamentare de după 1989 prezintă o similaritate medie. Între două runde succesive de alegeri corelaţia variază între (r = 0,888**) 1992 şi (r = 0,725**) 1996. Singurul tur de scrutin care este mai puţin relaţionat cu acestea este cel din 1990. Situaţia este explicabilă prin contextul specific al primelor alegeri democratice de după 1989. PSD este singurul partid ale cărui scoruri electorale bune sunt corelate, negativ în toate cazurile, cu prezenţa la vot la nivel judeţean.

Aşa cum arată tabelul 8, relaţia dintre participarea la vot la nivel judeţean şi obţinerea unor scoruri peste medie de către un anumit partid este nesemnificativă statistic pentru PNL şi PD, fiind negativă pentru PSD în 1996 şi 2000. În schimb, dezvoltarea judeţului a reprezentat în trei dintre cele patru scrutine de la care există date o corelaţie statistică semnificativă. În 1996 şi 2000, judeţele mai dezvoltate au avut o prezenţă mai mare la vot, în schimb în 2008 trendul a fost inversat.

Tabelul 8. *Corelaţia între media prezenţei la vot şi rezultatele la Camera Deputaţilor pentru diferite formaţiuni*

	PSD (%)	ADA 2004 (%)	PNL (%)	PD PD-L (%)	CDR (%)	PRM (%)	UDMR (%)	Indicele dezvoltării judeţene
% prezenţă la vot în 1996	–0,723**	–	–	NS	NS	NS	0,574**	0,422**
% prezenţă la vot în 2000	–0,383**	–	NS	NS	–	NS	NS	0,437**
% prezenţă la vot în 2004	NS	0,183*	–	–	–	NS	NS	NS
% prezenţă la vot în 2008	NS	NS	NS	NS	–	–	NS	–0,454**

Indicele de corelaţie Kendall's tau-b (variază între –1 şi 1).
** Corelaţie semnificativă la nivelul de 0,01.
* Corelaţie semnificativă la nivelul de 0,05.
NS – corelaţie nesemnificativă.

Dacă judeţele din Transilvania au avut cu excepţia anului 1990 o medie superioară de participare la vot celorlalte judeţe, ajungând la 75,68%, urmată de Dobrogea cu 73,14%, la polul opus situându-se Oltenia cu 66,83%, în 2008 situaţia s-a inversat, singura regiune cu o asociere pozitivă a prezenţei la vot fiind Oltenia.

Tabelul 9. *Corelaţia între prezenţa la vot şi regiunile României la alegerile parlamentare din 1996, 2000, 2004 şi 2008*

	Moldova	Muntenia	Oltenia	Dobrogea
1996	NS	–0,270*	–0,476**	NS
2000	NS	NS	NS	NS
2004	NS	NS	NS	NS
2008	NS	NS	0,337*	NS
	Transilvania	**Crişana-Maramureş**	**Banat**	**Bucureşti**
1996	0,613**	NS	NS	NS
2000	0,549**	–0,388*	NS	NS
2004	0,129	–0,475**	NS	0,341**
2008	NS	NS	NS	NS

Indicele de corelaţie Kendall's tau-b (variază între –1 şi 1).
** Corelaţie semnificativă la nivelul de 0,01.
* Corelaţie semnificativă la nivelul de 0,05.
NS – corelaţie nesemnificativă.

BCU IAŞI CENTRALA UNIVERSITARĂ LIBRARY

Consideraţii despre influenţa noii legi electorale[1]

Anunţarea rezultatelor oficiale ale alegerilor parlamentare din 30 noiembrie a adus un val de acuzaţii la adresa noii legi electorale din România. În practică, majoritatea criticilor reflectă existenţa unor concepţii diferite cu privire la principiile reprezentativităţii, în special inutilitatea menţinerii unei proporţionalităţi a reprezentării în Parlament. Asociaţia Pro Democraţia, fidelă misiunii sale de a promova democraţia participativă, a susţinut pe parcursul eforturilor întreprinse mai bine de 15 ani în mod constant două principii: promovarea votului pentru persoane şi obţinerea unui grad cât mai mare de reprezentativitate a votului. În lungile negocieri politice desfăşurate pe parcursul ultimilor doi ani au fost aduse în discuţie mai multe formule, ultima fiind propusă iniţial de către Asociaţia Pro Democraţia. Formula adoptată în 2007, prin asumarea răspunderii guvernului şi susţinută de semnăturile majorităţii parlamentarilor a principalelor trei partide, prin stabilirea unor colegii în care să se aloce două locuri de deputat sau senator, avea avantajul de a oferi câştigătorilor colegiilor automat locul, urmând ca realizarea proporţionalităţii să fie realizată prin distribuirea celui de-al doilea loc. Declararea drept neconstituţională a listei prevăzute pentru cazul în care un partid obţinea mai mult de 50% a dus la adoptarea actualei formule ca un compromis rezultat în urma unor negocieri asidue şi contracronometru, formulă susţinută, din nou, de toate partidele reprezentate în noul Parlament.

Astfel, cea mai consistentă critică din punctul de vedere al principiului votului pentru persoane se leagă de situaţia în care mai mulţi candidaţi nu au obţinut postul de deputat sau senator în condiţiile în care au obţinut primul loc în colegiu, fără să fi ajuns la 50% + 1 dintre voturi. Totuşi, prin introducerea formulei unui colegiu/un loc s-a ajuns la situaţia în care la nivel judeţean a existat o competiţie între candidaţii aceluiaşi partid, competiţie decisă totuşi de alegători. Mai mult, cea mai mare parte a situaţiilor au fost determinate nu atât de legea în sine, cât de decuparea în mod disproporţionat a colegiilor, situaţie care poate fi remediată. Dincolo de aceste dezavantaje, peste 75% dintre noii parlamentari sunt câştigătorii colegiului uninominal pe care-l vor reprezenta, 27% cu peste 50% dintre voturi.

1. O versiune a acestei secţiuni a apărut în *Dilema Veche*, nr. 254, din 29 decembrie 2008, sub titlul „Mari aşteptări confirmate!".

Dincolo de micile dezavantaje, clarificarea scenei politice prin eliminarea partidelor extremiste reprezintă unul dintre cele mai mari succese ale noii legi. Chiar dacă rezultatele de la alegerile locale şi slaba poziţionare în sondaje a PRM anunţa un insucces în alegeri, nu trebuie uitat că atât în 2000, cât şi în 2004, PRM a obţinut rezultate slabe în alegerile locale, dar sondajele de opinie indicau în mod consistent un scor sub cel obţinut în alegerile locale. Noul sistem electoral a dus la cantonarea liderului într-un colegiu, situaţie care a pus în lumină lipsa unor persoane credibile la nivel local.

Dispariţia „locomotivelor" de pe listele judeţene a forţat partidele să se îndrepte către persoane cu un grad crescut de credibilitate în cadrul comunităţilor. În acest context, creşterea influenţei organizaţiilor locale ale partidelor politice poate avea un efect de revigorare a vieţii politice la nivel local. Mai mult, dispariţia unor parlamentari „veşnici", dar necunoscuţi, eşecul unor parlamentari cunoscuţi, dar care nu se bucurau de un grad mare de încredere, dar şi a unor vedete din alte domenii indică faptul că votul uninominal şi-a atins scopul – votul pentru persoane. Chiar dacă gradul de absenteism indică un eşec aparent, focalizarea campaniei electorale către o comunicare directă între candidaţi şi alegători va reprezenta pe termen mediu un plus pentru calitatea democraţiei din România. De altfel, absenteismul a fost puternic favorizat de data desfăşurării alegerilor şi prevederile stricte cu privire la domiciliu.

Nu în ultimul rând, creşterea proporţionalităţii şi asigurarea reprezentativităţii în contextul unui vot uninominal reprezintă fără îndoială un succes. În ciuda ridicării pragului electoral la 5%, noul sistem electoral a condus la cea mai mică disproporţionalitate electorală în alegerile postcomuniste. Dacă în 1992, 1996 şi 2000 procentul de voturi nereprezentate în Parlament a fost de aproximativ 20%, iar în 2004 de 13%, în 2004 acest procent a scăzut la numai 10%. Acest lucru a fost realizat chiar în contextul în care 2% dintre cetăţeni au utilizat opţiunea votului alb, formulă prin care şi-au manifestat dorinţa de a vota combinată cu lipsa unui candidat care să corespundă aşteptărilor.

Concluzii

Per ansamblu, evoluţiile politice din anul electoral 2008 au fost în mare măsură predictibile, fără a se înregistra vreo surpriză semnificativă. Alegerile locale şi cele parlamentare au confirmat dominaţia categorică a partidelor politice de

centru-dreapta, dominaţie indicată deja de alegerile pentru Parlamentul European. Integrarea în NATO şi UE, creşterea economică continuă, dar şi schimbarea modului de organizare a alegerilor au făcut ca partidele de lider cu tentă naţional-populistă să scadă pentru moment sub pragul electoral.

Schimbările modului de organizare a scrutinului au reprezentat primii paşi într-un proces mai amplu de reformă a clasei politice. În ciuda imperfecţiunilor inerente, noul sistem electoral a determinat cea mai mare parte a efectelor dorite de principalul promotor al legii, conducând la cea mai proporţională reprezentare parlamentară postcomunistă, concomitent cu promovarea unui parlament în care majoritatea candidaţilor şi-au câştigat în mod individual locul în Parlament.

Chiar dacă rezultatele alegerilor locale şi al alegerilor parlamentare au condus la un sistem partidist de tip „două-partide-şi-jumătate", existenţa UDMR, formaţiune politică reprezentând minoritatea maghiară, complică suplimentar numărul de coaliţii posibile pentru formarea guvernului. Întrucât nu a intrat în parlament decât exclusiv în compania PSD, PUR poate fi considerat mai degrabă un apendice al PSD decât un partid propriu-zis. Astfel, cu toate că în Parlament există trei formaţiuni de centru-dreapta şi una de centru-stânga, toate formaţiunile de dreapta s-au aflat la guvernare, direct sau indirect cu formaţiunea de centru-stânga. Disiparea oricăror limite de demarcaţie programatice face ca noua coaliţie PD-L – PSD să nu se încadreze în tipul de coaliţii bazate pe poziţionarea ideologică. Astfel, această alianţă nu este una *minimal câştigătoare* (Riker, 1962), *coaliţie de interval minim* şi nici *viabilă politic* (Laver şi Schofield, 1990), ci mai degrabă una *minimal conectată* (Axelrod, 1970), PD-L situându-se mai aproape de PSD decât PNL şi UDMR.

Fără îndoială că evoluţiile politice din 2009 vor fi puternic influenţate de modul în care diferiţi actori politici vor reacţiona la efectele a ceea ce se anunţă a fi cea mai gravă criză economică la nivel mondial din ultima jumătate de secol. Aşa cum dovedeşte mandatul preşedintelui american G.W. Bush, tentaţia autoritarismului nu este niciodată eliminată. Marea criză economică din 1929-1933 a avut efecte devastatoare asupra democraţiei din România (Pîrvulescu, 2009), efecte care nu au trecut practic nici până în ziua de astăzi.

Bibliografie

Axelrod, Robert. 1970. *Conflict of Interest: A Theory of Divergent Goals with Application to Politics.* Chicago: Markham.

Blondel, Jean. 1968. Party System and Patterns of Government în Western Democracies. *Canadian Journal of Political Science*, nr. 2 (iunie).

Duverger, Maurice. 1964. *Political parties: Their Organization and Activity in the Modern State*. Londra: Methuen.

Laver, Michael şi Norman Schofield. 1990. *Multipary Government: The Politics of Coalition in Europe*. Oxford: OUP.

Lijphart, Arend. 2000. *Modele ale democraţiei*. Iaşi: Polirom.

Mungiu-Pippidi, Alina. 2002. *Politica după comunism*. Iaşi: Polirom.

Pîrvulescu, Cristian. 2009. „Coincidenţe?", *Cotidianul*, 6 ianuarie.

Popescu, Marina şi Irina Stefuriuc. 2002. Cleavage Mobilization, Performance Evaluation and Support for Democratic Institutions: A longitudinal Analysis of Romania, lucrare prezentată în cadrul *ECPR Joint Session of Workshops*, Edinburgh.

Voicu, Bogdan. 2001. *Etnie, confesiune şi comportament electoral în Transilvania: studiu geografic*. Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană.

BCU IAŞI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

România între democraţia de opinie şi absenteismul de masă

Cristian Pîrvulescu

Clientelism şi absenteism pluriform

Anul 2008 va rămâne în istoria recentă ca anul absenteismului de masă. Deja de câţiva ani refuzul electoratului de a participa la un ritual electoral de faţadă devenise o evidenţă, dar în 2008 participarea la alegerile naţionale cu miză a căzut pentru prima dată sub 50%, considerat un fel de prag al legitimităţii. După alegerile locale din iunie 2008, tendinţa ce se întrevedea deja de la referendumul constituţional din 2003 – cu un scurt reviriment în 2004 – şi care devenise din ce în ce mai puternică odată cu referendumurile şi europenele din 2007 s-a transformat într-o certitudine : românii refuză să mai voteze. De aceea nu partidele, şi cu atât mai puţin liderii lor, ci *clientelismul* şi *absenteismul pluriform* au devenit marii câştigători ai alegerilor din 2008. Pe fundalul fracturii sociale şi politice, amplificate spre sfârşitul anului de o criză economică din ce în ce mai evidentă, negocierea şi cumpărarea voturilor s-au transformat în instrumente electorale relativ eficace în termenii mandatelor câştigate, dar dezastruoase din perspectiva democraţiei. Lipsa componentei ideologice în viaţa politică, promovarea ca singură alternativă socioeconomică a celui mai feroce tip de capitalism şi polarizarea socială au transformat un fenomen mai degrabă marginal, cumpărarea voturilor, într-unul cu impact politic şi mediatic. E suficient să amintim cazul Ştefăneşti-Ilfov – şi cum situaţia din comuna ilfoveană nu a fost excepţia, ci doar cea mai mediatizată experienţă de acest fel – ca să putem realiza cât de intensă e tentaţia „realistă" de a-l repeta. Cu atât mai mult cu cât din punct de vedere juridic

BCU CLUJ / BABEŞ-BOLYAI UNIVERSITY LIBRARY

nu s-a putut demonstra fraudarea alegerilor, în condiţiile în care Biroul Electoral Central a devenit doar un instrument aflat la îndemâna partidelor politice.

Ingineria legislativă şi electorală începută odată cu alternanţa la guvernare din 2000 manifestată prin susţinerea interesată a proiectelor legislative privind reglementarea activităţii partidelor politice şi finanţarea acestora a avut efectele scontate: competiţia politică s-a limitat doar la cele câteva formaţiuni politice existente. Nici un partid nou nu mai poate tulbura liniştea celor trei-patru „mari". Iar dacă schimbarea modului de scrutin şi noul decupaj electoral ar fi putut crea ceva surprize, s-au căutat metode care să compenseze cât mai mult din imprevizibil. Or, chiar absenteismul era o astfel o „soluţie". Căci prezenţa scăzută la vot nu a fost un simplu accident de parcurs, ci un comportament stimulat de partide. Un astfel de decor politic şi legislativ a facilitat o regie electorală cu tendinţă cât mai „lucrativă" în special în zonele defavorizate social şi economic din mediul rural sau micile oraşe ocolite de efectele creşterii economice. Când singura ordine etică practicată a fost rezultatul transpunerii fără ezitare a modelului socioeconomic al capitalismului de pradă – conform căruia profitul justifică orice şi totul este de vânzare –, votul nu putea să facă excepţie.

În ultimii opt ani, absenteismul de factură socială – cel al masei marginalizaţilor sociali şi ai perdanţilor tranziţiei care, după ce au fost tentaţi de votul de protest în 2000 şi 2004, au abandonat orice interes sistematic faţă de politică – a crescut constant. Cu atât mai mult cu cât dezbaterea mediatică a cultivat un stereotip conform căruia nici parlamentul, nici guvernul nu sunt locuri unde se iau deciziile şi cum pentru cei mai mulţi români puterea este în altă parte, în cercurile de afaceri sau la serviciile secrete, abandonul politic este de înţeles. Iar când unele grupuri politice locale au ajuns în relaţii de dependenţă cunoscute cu organizaţii oculte, credibilitatea politicii s-a prăbuşit.

Oricum, tentaţia exacerbată de cumpărare a voturilor nu a fost efectul schimbării sistemului electoral. Ea se practică de la începutul tranziţiei şi a avut momentele ei de glorie şi în epoca interbelică. Dar dacă există o sociologie şi o economie a cumpărării voturilor, dacă disperarea marginalilor sociali şi controlul politico-economic al reţelelor locale poate explica situaţia, nu înseamnă că fenomenul e acceptabil. Cu toate acestea, dacă pe termen lung criza de încredere în instituţii şi politicieni ar putea crea serioase probleme partidelor, pe termen scurt – mai ales că puterea se măsoară în voturi – ea ar putea deveni o „oportunitate". Departe de a produce temeri, absenteismul ridicat face din cumpărarea voturilor un obiectiv pentru politicienii „pragmatici". Tipul de capitalism speculativ practicat

la noi a reuşit să compromită şi economia de piaţă şi democraţia, transformând votul într-un simplu produs de consum.

Deşi aparent „uninominalul" oferea o ocazie abordării etice a alegerilor, alegătorii au descoperit încă o dată că împăratul este gol. Partidele, incapabile să impună candidaţi puternici, au recrutat în special candidaţi cu resurse financiare. De aceea nu calitatea umană sau profesională a candidaţilor a contat, ci necesitatea acoperirii colegiilor uninominale şi identificarea persoanelor dispuse să îşi asume financiar campania.

Partide în căutarea echilibrului

Alegerile locale din 2008 au fost precedate de o „campanie ciudată", în care confruntarea ideologică sau de programe a fost pur şi simplu abandonată. Alegând să amâne confruntarea frontală, partidele blocului antiprezidenţial (PSD/PNL/UDMR/PC) şi-au conservat forţele, lăsând doar pe unii candidaţi să îşi asume riscurile unor bătălii locale. Dar deşi arcul antiprezidenţial a câştigat şi în voturi şi în mandate, situaţia politică a rămas instabilă, ceea ce va influenţa alegerile parlamentare. Iar ceea ce au neglijat strategii „campaniei ciudate" e că orice „război ciudat" e urmat de unul „fulger". Iar în războiul-fulger „fortificaţiile" de orice fel, de la mandate la structuri de putere locală, nu mai au aceeaşi valoare. Evoluţiile de după alegerile parlamentare au dovedit cât de lipsită de consistenţă era coaliţia antiprezidenţială.

După alegerile locale, PD-L ieşea învingător în voturi cu 28,38% la consiliile judeţene, 28,15% la preşedinţii consiliilor judeţene şi 27,65% la consiliile locale, dar PSD câştigă în mandate, având cei mai mulţi consilieri locali (12.131 faţă de 11.118 ai PD-L sau 8.524 ai PNL) şi cei mai mulţi preşedinţi de consilii judeţene (17 faţă de 13 ai PD-L, 5 ai PNL, 4 ai UDMR şi unul al FDGR). Situaţia se va schimba la alegerile parlamentare din toamnă, când PSD va câştiga voturile, dar PD-L mandatele. Dar deja de la alegerile locale, situaţia PSD devenea complicată. Căci, dincolo de cifre, PSD – care în 2004 controla direct 20 de judeţe şi indirect încă 10 şi obţinea 54% dintre primari, ba mai avea şi susţinerea tuturor prefecţilor – se găsea în faţa unei situaţii schimbate. În 2008 şi numărul mandatelor, şi cel al voturilor au scăzut. În ceea ce-i priveşte pe preşedinţii consiliilor judeţene, capitol la care PSD a sperat să obţină cel mai mare succes, scăderea a fost doar de trei locuri, dar în realitate PSD a pierdut şi controlul celor câteva preşedinţii

de consilii judeţene pe care le ceda în 2004 către aliaţii săi PRM şi PC. Aşa că din cele 30 de consilii judeţene controlate au mai rămas 17. Chiar în ipoteza în care în jurul social-democraţilor s-ar fi format o coaliţie naţională PSD-PNL--UDMR-FDGR, această ar fi putut ajunge la controlul a 27-28 de judeţe, situaţie politică radical schimbată în raport cu 2004, căci de data aceasta PD-L are o forţă reală şi sprijinul direct al Preşedintelui, iar PNL şi UDMR au mizat excesiv pe potenţialul ridicat de şantaj şi pe poziţia guvernamentală care părea să le ofere o oarecare marjă de manevră.

Pe de altă parte, în procente, PSD a scăzut de la 32% la 27%. Şi dacă un scor asemănător obţinea PDSR şi la alegerile locale din 2000, diferenţa, deloc de neglijat, ar consta în faptul că, pentru prima dată după 1990, primul partid al României nu mai era formaţiunea condusă de Ion Iliescu. Chiar şi bipolarismul tradiţional s-a mai estompat, dar a lăsat loc unui bipartidism relativ. Pentru prima dată, două partide politice importante întruneau în România 55% din voturi. Până la aceste alegeri locale un singur partid – PSD – se detaşa şi în confruntarea cu acest partid dominant se forma o alianţă (CDR mai întâi, apoi Alianţa DA).

În 2004, bipolarizarea sistemului de partide românesc se observa din scorul pe care primele două formaţiuni politice îl obţineau: 67%. Dar, din cele 34% ale Alianţei DA, PD-ului îi reveneau 15%, iar PNL-ului 19%. În 2008, PD-L şi PSD erau aproape egale, fiecare având în jur de 28%.

Deja alegerile locale din 2008 păreau să certifice existenţa partidului de tip cartel (Katz şi Mair, 1995, p. 5) şi în România. Nici *catch-all* (partide care adună voturi de peste tot), nici programatice, partidele româneşti sunt, pur şi simplu, pragmatice. Dacă la începutul tranziţiei se părea că regula de apariţie a partidelor de tip *catch-all* explică apariţia partidelor majoritare, precum FSN şi după 1992 FDSN-PDSR-PSD, după aproape două decenii, partidele au suferit transformări. De altfel, un astfel de partid nu putea apărea într-o democraţie de mici dimensiuni. Trecerea la partide de tip *catch-all* a fost de fapt rezultatul unui proces competitiv incipient între partidele unui sistem (Charlot, 1985, p. 189).

Apariţia partidului cartel este o consecinţă directă a relaţiei dintre stat şi formaţiunile politice (Katz şi Mair, 1995, p. 5). Autorii care analizează apariţia acestui nou tip de partid cred că partidele se află în „declin", pornind de la premisa că absolutizarea conceptului de *partid de masă*, aşa cum fusese acesta descris de Maurice Duverger, este o greşeală pentru că modelul este depăşit. Relaţia care influenţează apariţia partidului-cartel este consecinţa legilor privind subvenţionarea partidelor de la buget, statul devenind „un fond de resurse ce face

ca partidele să nu se mai prezinte ca brokeri, ci ca un fel de agenţii semipublice, absorbite de stat" (Katz şi Mair, 1995, p. 14). De aceea, în 2008, bătălia electorală, atât cât s-a dat, a vizat doar întărirea structurilor administrative pe care le controlau partidele la nivel local. Şi nu doar pentru a pregăti alegerile parlamentare şi prezidenţiale care urmează, ci pentru a controla orice guvernare. Nu ideologia, nu militanţii, ci funcţionarii afiliaţi conjunctural partidelor la nivel local dau puterea acestora. De aceea, fără nici o sfială, partidele au abuzat copios de resursele administrative de care dispuneau: folosirea personalului administrativ şi a logisticii instituţiilor publice în campania electorală, acordarea ajutoarelor sociale condiţionate, mobilizarea forţată a electorilor la vot, presiunile asupra unor lideri de opinie locali etc. Aşa că au rezistat doar partidele care dispuneau de resurse administrative. Ceea ce Traian Băsescu numea „blat" exprima, de fapt, această stare de lucruri. Iar ceilalţi, outsiderii, au anturat partide fără înrădăcinare în atotputernica şi ultraconservatoarea administraţie locală, conştienţi că absenţa resurselor administrative nu poate fi compensată decât prin cumpărarea voturilor. Şi astfel, partidele-cartel, realizând coaliţii cu geometrie variabilă, de la Alianţa pentru Timiş la orice soluţie care să permită administraţiei locale să reziste, s-au instalat confortabil la cârma României.

Acum ceva mai bine de un deceniu, câţiva cercetători ai fenomenului partidist occidental se întrebau dacă partidele politice n-au devenit cumva doar simple anexe ale statului în detrimentul rolului lor tradiţional de reprezentare şi mediere a intereselor. Să fi evoluat partidele spre o formă de cartel subvenţionat de puterile publice ce are ca rol limitarea realei competiţii politice? În România, dilema nu îşi avea rostul, căci partidele abia se constituiau. Dar cum partidul-pivot – FSN-FDSN-PDSR-PSD – se consolida doar în raport cu administraţia locală şi centrală, evoluţia sistemului de partide a luat-o de la bun început spre partidul--cartel. Apariţia partidului-cartel a fost, deci, o consecinţă directă a relaţiei dintre administraţie şi formaţiunile politice. Iar dacă acest tip de partid indică, după cum cred unii autori, „declinul partidelor", atunci partidele politice româneşti nici măcar nu au apucat să se dezvolte că deja se află în declin.

Dacă apariţia partidului-cartel este determinată de o dublă cauză, anume subvenţionarea de la buget a partidelor parlamentare şi rolul exacerbat al personalului administrativ în viaţa de partid în raport cu militanţii şi ideologia, atunci administraţia, în special cea locală, s-a transformat într-un fel de fond de resurse în care partidele se prezintă ca singurele surse de putere. Şi cum în România chiar legea partidelor acordă acestora statutul de „persoană juridică de drept public", acestea s-au transformat din instituţii private într-un fel de instituţii publice.

În aceste condiţii, partidele de tip cartel exercită o influenţă nocivă asupra democraţiei. Adoptând cartelizarea şi alcătuind coaliţii non-ideologice, aşa cum apar ele acum la nivelul consiliilor judeţene sau locale, partidele nu mai au cum să fie interesate de cererile alegătorilor. Dar, aşa cum ne-au dovedit-o şi recentele alegeri locale, un astfel de partid supravieţuieşte tocmai pentru că reduce gradul în care votanţii pot sancţiona clasa politică ca urmare a nesatisfacerii intereselor lor, dar şi datorită faptului că aceste partide impun limite societăţii civile.

Electoratul pierdut

„Dacă un lucru mă surprinde în cel mai mare grad – aş putea spune chiar că mă stupefiază – e că la ora la care scriu, după nenumărate experienţe, după scandaluri zilnice, mai poate încă exista în draga noastră ţară un alegător, un singur alegător, acest animal iraţional, anorganic, halucinant, care să consimtă să îşi lase treburile, visele sau plăcerile sale pentru a vota în favoarea cuiva sau a ceva." O scria cu amărăciune acum mai bine de o sută de ani, prin 1898, Octave Mirabeau în *La grève des électeurs* (*Greva alegătorilor*). Se pare că aceasta a fost şi dilema alegătorilor români în 2008. Dar pierdut pentru democraţia electorală va fi oare alegătorul român pregătit pentru democraţia participativă? E greu de crezut şi dacă aceasta a fost cumva o prioritate a societăţii româneşti, a fost deja abandonată. Consecinţele abandonului cetăţenesc nu au întârziat să se vadă, căci profitând de protestul pasiv al alegătorilor, diverşi politicieni locali, de la cei suspectaţi de acte de corupţie la incompetenţi, au fost realeşi la alegerile locale ca primari sau preşedinţi ai consiliilor judeţene ca urmare a iscusitelor inginerii electorale care au mers de la modificarea legii la „înmulţirea" alegătorilor sau la cumpărarea votului.

De la aparenta relansare a democraţiei electorale vizibilă în creşterea ratei de participare la vot în 2004 – atât la alegerile locale, cât şi la cele parlamentare şi prezidenţiale – la prăbuşirea participării în 2008, o etapă din istoria României a fost parcursă. Mitologia politică ne-ar putea ajuta să desluşim măcar o parte din mecanismele ce au dus la rezultate atât de ciudate. Când, după 1989, comunismul brutal şi gregar s-a transformat peste noapte într-un postcomunism soft, conservator sau naţionalist pentru a se adapta „gustului public", s-au creat premisele ca toate stereotipurile primare să fie reactualizate. Mai întâi naţionalismul, apoi conservatorismul a jonglat cu aceste teme. Pe lângă biblica bătălie dintre bine şi rău – surogatul mitologic al oricărei ideologii – au renăscut şi stereotipurile de

gen. De aceea, statul prezentat ca principiu masculin a fost repede asociat ordinii, pe când societatea, principiu feminin, a fost privită cu indulgenţă, dacă nu cu autoritate. Imatură şi buimacă, societatea avea nevoie de organizare. Iar în retorica naţionalistă doar statul poate da sens naţiunii. Iar ceea ce era valabil pentru întreg era cu atât mai mult aplicabil pentru parte. Aşa că oraşele şi satele noastre şi-au ales stăpâni, nu guvernanţi. Iar odată înstăpâniţi, aceştia nu s-au lăsat basculaţi cu una cu două. De multe ori foşti activişti comunişti „eliberaţi" de controlul partidului, aceştia şi-au organizat comunităţile după gustul şi priceperea lor astfel încât să reducă la minimum imprevizibilul alegerilor „libere".

Postdemocraţia

Situaţia descrisă mai sus indică alunecarea societăţii româneşti de la totalitarism către o formă de postdemocraţie[1] fără să mai parcurgă şi etapa democratică. Pentru a acoperi prin aparenţele unei democraţii deriva regimurilor politice occidentale şi schimbarea de paradigmă politică, postdemocraţia oferă o explicaţie transformării lente, dar sigure a democraţiei caracteristice celei de-a doua jumătăţi a secolului trecut în Europa Occidentală şi oarecum în America de Nord. Acest termen ambiguu, din aceeaşi familie cu postmodernismul sau postmaterialismul, exprimă tendinţa democraţiilor contemporane, fie ele dezvoltate sau doar emergente, de a evolua spre alte forme de organizare politică de factură oarecum „aristocratică". Termen polemic prin natura sa, postdemocraţia pune în evidenţă fenomene politice şi sociale care conduc la înlocuirea alegerilor reprezentative prin consultări electorale fictive şi nereprezentative, pe fundalul tranziţiei către un sistem în care normele juridice nu mai sunt respectate de autorităţi, iar libertatea dezbaterii publice este limitată prin mecanisme de „piaţă", fără însă a fi formal interzisă.

Postdemocraţia este rezultatul unui cumul de factori care, având ca fundament limitarea discretă, dar eficace a libertăţii de exprimare, profită de uzura avansată a parlamentelor devenite simple organisme nereprezentative de validare a legislaţiei impuse de grupurile de putere economică, în condiţiile transformării justiţiei dintr-o putere într-un instrument guvernamental şi ale excluderii tot mai multor

1. Termenul a fost introdus de Anne-Marie Le Pourhiet într-un articol publicat în *Le Monde*, „Qui veut de la post-démocratie ?", pe 11 martie 2005.

cetăţeni de la decizie şi repartizarea bunăstării. Dar, ca tot ceea ce este post-, nici postdemocraţia nu exprimă emergenţa unei noi forme de organizare politică, ci criza valorilor aşa-zis tradiţionale.

În România, democraţia s-a istovit înainte să se maturizeze. Între ratele mari de prezenţă la urne de la începutul anilor '90 şi absenteismul din 2008 se întinde o istorie politică şi socială traumatizantă. Reţeta electorală românească – mult spectacol, puţine idei şi ceva violenţă – a îndepărtat cetăţenii de scena publică până într-acolo încât aceştia, printr-un fel de mecanism imuno-politic, au ajuns să respingă grefa democratică, cel puţin în varianta ei electorală. Când doar 40% din populaţia urbană participă la vot pentru alegerile locale şi chiar mai puţin în cazul alegerilor parlamentare, nu democraţia iese câştigătoare, ci contrariul ei. Şi cum democraţia este urbană şi rămâne în continuare în primul rând un fenomen urban, absenteismul marilor oraşe dă seama despre o stare de spirit. Nu e vorba doar despre un regres al pasiunii politice, ci despre un refuz conştient şi sistematic al proceselor politice. Iar pentru cei care cred că prezenţa la vot a alegătorilor din zona rurală compensează absenteismul oraşelor, cazul Ştefăneşti ar trebui să dea de gândit. Efervescenţa electorală bine plătită din comuna ilfoveană nu a fost decât vârful aisbergului. Privite ca un joc elitist, rezervat celor trei-patru formaţiuni politice ce îşi dispută puterea, alegerile au consacrat fuga de urne a celor cât de cât informaţi şi tranzacţionarea votului pentru cei cărora democraţia nu le ţine de foame.

Şi dacă se va obiecta în sensul că absenteismul e o boală a democraţiei, vom arăta că la alegerile municipale din martie 2008 francezii au participat totuşi în proporţie de peste 65% la vot, iar italienii o lună mai târziu la alegerile combinate, parlamentare şi locale, au avut o rată de prezenţă de 80%. Ideea că absenteismul alegătorilor periclitează viaţa democratică e deja un stereotip consacrat. Şi nu e întotdeauna aşa. Uneori, faptul că participarea electoratului se diminuează de la un scrutin la altul, iar reprezentaţii sunt aleşi de un procent din ce în ce mai mic de alegători nu e simptomul unei crize de încredere în instituţiile democraţiei, ci al satisfacţiei în raport cu guvernarea, fie ea locală sau centrală. Însă nu acesta este cazul României actuale.

Ipoteza conform căreia scăderea participării la vot se explică prin emigraţia semnificativă din ultimii ani e greu de susţinut. Pe de o parte, prezenţa a fost mai mare tocmai în zonele rurale sărace, acolo de unde s-au recrutat cei mai mulţi emigranţi. Pe de altă parte, la alegerile locale din 2000, prezenţa a fost chiar mai mică decât în 2008 (50,85% faţă de 51,88%), deşi fluxul migrator nu începuse

încă. Şi dacă în 2004 prezenţa la vot creştea cu câteva procente, până la 54,23% la alegerile locale pentru a ajunge la alegerile parlamentare la 58,51%, explicaţia nu poate consta în rata migraţiei sezoniere, pentru că deja încă de pe atunci cam două milioane de români erau plecaţi în Occident. Atunci, pe fondul unui optimism social regăsit, creşterea ratei de prezenţă la vot s-a datorat afluxului de alegători tineri din mediul urban, care forţau schimbarea. Dar, odată ce alternativele politice s-au consumat, apetitul pentru politică a scăzut. Iar excepţiile – Ilfov, Giurgiu sau Dâmboviţa, judeţe din jurul Bucureştiului unde s-au înregistrat mari rate de prezenţă la vot – confirmă regula. Agitaţia din ziua votării s-a datorat influenţei perverse a speculaţiilor imobiliare şi tranzacţionării votului, iar nu democraţiei.

Impactul economiei asupra spaţiului electoral: criza economică şi destructurarea democraţiei electorale

Pe fondul unei postdemocraţii *de facto*, cât poate rezista o „democraţie" la criză? Când Marea criză a zdruncinat lumea, vechile democraţiile europene s-au prăbuşit rând pe rând în faţa totalitarismului fascist, iar în Est a celui comunist. Şi nu doar în Germania, unde în 1933, la nici trei ani de la debutul crizei, Hitler se instala la Cancelarie şi deschidea calea celui de-al treilea Rich, ci şi în România, unde Carol al II-lea încerca mai întâi în 1932, apoi reuşea în 1938 să pună democraţia românească, aşa de faţadă cum era, între paranteze. De ce ar fi democraţia de astăzi, blocată în capcana postdemocraţiei, mult mai stabilă decât atunci?

Criza se dovedeşte un bun camuflaj pentru a da democraţiilor, din ce în ce mai slabe şi mai puţin coerente, o lovitură de graţie. Totul se petrece astfel încât societatea să nu observe şi să nu reacţioneze. Dacă până şi în aparent liniştita Letonie criza economică a putut justifica arestarea unui profesor universitar de economie şi a unui cântăreţ pentru că s-au exprimat liber privind fragilitatea monedei naţionale, democraţia este în mare suferinţă. Criza, pe care aproape nici un politican nu o vedea apropiindu-se de plaiurile carpatine încă din toamna anului 2008, a afectat inevitabil şi România. Încă toropiţi de o tranziţie lungă, românii nu au observat de la început fenomenul şi nu s-au îngrijorat prea mult. De aceea, programele economice nu au avut căutare în campania electorală pentru alegeri.

Frauda economică este asemănătoare celei din politică. Reţelele de întreprinzători bine „orientaţi" şi bine „integraţi" care au împânzit ţara îşi au corespondentul lor în spaţiul politic. Farsei economice îi corespunde farsa politică. Când voturile se cumpără aproape în public, cum ne-au arătat alegerile locale, alegătorii cinstiţi au de ce se teme. Spiritul pervertit al economiei „manelizate" s-a propagat asupra politicii, dar şi asupra societăţii.

Ritualuri postelectorale

Nici nu se încheiaseră bine alegerile şi, aşa cum era de aşteptat, s-a constatat că nimeni nu a câştigat. Pentru a acoperi manevrele de culise care urmăreau tranşarea politico-mediatică a evenimentului, au fost declanşate două diversiuni succesive. Prima a vizat decredibilizarea institutelor de sondare a opiniei care au realizat exit-polluri pe 30 noiembrie, pe când a doua a vizat critica furibundă a „votului uninominal". Or, dacă exit-pollurile au fost inventate tocmai pentru a permite evitarea fraudelor – cum a fost cazul, spre exemplu, cu referendumul venezuelean pentru demiterea lui Hugo Chavez din 2004 sau, tot în acelaşi an, cu alegerilor prezidenţiale din Ucraina – se prea poate că atacul rapid şi brutal împotriva lor să fi încercat să împiedice orice dezbatere despre fraudă şi cumpărarea votului. În ceea ce priveşte a doua diversiune, unii dintre politicieni au încercat nu doar să îşi ia revanşa după eşecul de acum un an de la referendumul din 25 noiembrie 2007, ci şi să camufleze manevrele privind formarea unui guvern pro-prezidenţial.

Aşa că întreg ritualul privind formarea guvernului s-a desfăşurat pe un fundal care nu dădea prea mult spaţiu de manevră PSD. Destul de repede, situaţia a înclinat în favoarea PD-L, care, dispunând şi de majoritatea mandatelor şi având şi sprijinul preşedintelui, a preluat controlul. Între timp în PNL şi PSD începuseră luptele între facţiuni.

PSD s-a divizat în aripa pro-Băsescu, sprijinită de majoritatea liderilor locali, pragmatici şi indiferenţi la nuanţele ideologice, care a forţat o alianţă necondiţionată cu PD-L şi aripa anti-Băsescu care a oscilat între o alianţă cu PNL sau un guvern minoritar monocolor. A doua aripă, izolată în sediul din Kiseleff, nu a beneficiat însă de sprijin în interiorul partidului. Strategia acestei facţiuni centrale a PSD s-a bazat pe o mult prea riscantă confruntare juridico-constituţională cu Traian Băsescu, centrată pe dispoziţiile articolul 36 din Legea partidelor care prevede că „dacă nici unul dintre partidele politice participante la scrutin nu a obţinut majoritatea absolută în Parlament, partidele politice cu reprezentare

parlamentară pot constitui coaliţii pentru asigurarea guvernării. Coaliţiile nu sunt supuse înregistrării, iar protocolul de constituire va cuprinde numai dispoziţii privind asigurarea guvernării şi a sprijinului parlamentar". Or, acest scenariu procedural era mult prea complicat pentru liderii cartelurilor judeţene care erau grăbiţi să ajungă la guvernare.

Pe de altă parte, scenariul prezidenţial s-a bazat nu doar pe raportul de forţe favorabil PD-L, ci şi pe ameninţarea tacită cu alegeri anticipate în cazul în care formula de guvernare nu va apărea repede. Mizând pe criza economică ca argument pentru a constrânge partidele la supunere, Traian Băsescu avea pentru prima dată posibilitatea reală de a forţa alegeri anticipate. Iar într-un an electoral, cum va fi şi 2009, chiar în cazul nerealizării alegerilor anticipate, situaţia politică ar fi putut evolua în favoarea şefului statului. Oricum, dispoziţiile articolului 89 din Constituţie privind dizolvarea Parlamentului pot fi cel mai uşor aplicate în cazul eşecului formării guvernului. Dacă „după consultarea preşedinţilor celor două Camere şi a liderilor grupurilor parlamentare, preşedintele României poate să dizolve Parlamentul, dacă acesta nu a acordat votul de încredere pentru formarea Guvernului în termen de 60 de zile de la prima solicitare şi numai după respingerea a cel puţin două solicitări de învestitură", atunci Preşedintele devenea, cu sprijinul PD-L oarecum stăpân pe situaţie. După alegeri incerte, vlăguite de efortul fără precedent a patru campanii electorale succesive în doar un an şi jumătate, partidele nu mai erau capabile să reacţioneze. Singura alternativă pe care s-au pliat a vizat încercarea de a conserva cât mai bine organizaţia pentru ceea ce va urma după ce ritualurile de iniţiere a noului guvern vor fi fost încheiate.

România baronilor

Alegerile din 2008 au confirmat transferul puterii către liderii locali. Şi asta nu e neapărat surprinzător. Într-o lume afectată nu doar de criza economică, ci mai ales de adaptarea morală la noile orizonturi aduse de modernitate şi post-modernitate, revenirea la forme simple de organizare socială şi guvernare e un fenomen previzibil. Profitând de acest curent, „baronii" postcomunişti de toate afilierile şi culorile politice – înfrânţii alegerilor locale şi parlamentare din 2004 – şi-au luat în 2008 revanşa. Evenimentul care a determinat în cel mai mare grad sensul anului politic 2008 şi foarte probabil dezvoltările pe termen mediu şi lung ale sistemului politic românesc a trecut, la momentul producerii sale, aproape neobservat: alegerea directă a preşedinţilor consiliilor judeţene. Introdusă cu

forţa de către baronii PSD odată cu Legea alegerilor parlamentarilor în colegii uninominale, dar ca un amendament la Legea alegerilor locale, această formă de selecţie personalizată a potentaţilor judeţeni şi-a făcut aproape instantaneu efectul: a transformat nivelul naţional al guvernării într-o anexă a celui judeţean. Pe această bază s-a pus în practică noua schemă de distribuţie a puterii, iar guvernul Boc nu este decât o consecinţă a noii stări de fapt.

Personalizarea excesivă a vieţii politice a facilitat, dacă nu chiar a impus, o tendinţă asemănătoare şi la nivel local. Baronii, noii stăpâni ai pământului, au înţeles că „regulile de vasalitate" devin cheia supravieţuirii politice. Iar acestea au fost statornicite astfel încât puterea „monarhului", oricare ar fi el, să depindă de acum încolo şi de bunăvoinţa noii clase conducătoare. Nu e de mirare deci că cele două clanuri rivale până mai ieri s-au aliat formând o „mare coaliţie". De altfel, în accepţiunea noii clase conducătoare, neofeudalismul e sinonim cu „realismul". Unul dintre baroni, până mai ieri preşedinte de consiliu judeţean, acum, după alegerile legislative, deputat, spunea în discursul său de la şedinţa de învestitură a noului guvern: criza economică prevalează în faţa crizei morale şi are nevoie de soluţii „realiste".

Că aceasta e tendinţa o dovedeşte şi „cazul Oprea". Nimic important nu s-a întâmplat între 8 decembrie 2008, când PSD vota cu 40 de voturi pentru şi doar 17 voturi contra pentru formarea unei coaliţii de guvernare cu PD-L şi 12 ianuarie 2009 când Biroul Politic Naţional al aceluiaşi partid îi retrăgea sprijinul politic proaspătului ministru de Interne Gabriel Oprea. Nu a fost vorba doar despre o dispută internă de partid, nici de revirimentul aripii antiprezidenţiale din PSD, ci de o asumare solidară a regulilor vasalităţii. Chiar dacă, după ce Gabriel Oprea a fost în mod demonstrativ „executat" de colegii săi, Adrian Năstase considera că retragerea sprijinului politic a fost „o decizie logică" pentru că afacerea Oprea ar fi fost un „test" prin care Traian Băsescu ar fi încercat să verifice stabilitatea PSD, pe termen scurt puterea liderilor locali rămâne intactă în partid, iar a celor centrali este dependentă de voinţa primilor. Iar aceştia, ca şi colegii lor din PD-L, PNL sau UDMR, se simt suficient de stăpâni pe situaţie pentru a nu-şi irosi forţa în conflicte lipsite de miză.

Bibliografie

Charlot, Monica şi Jean. Les groupes politiques dand leur envirennment. În J. Lecca şi M. Grawitz. 1985. *Traitee de science politique.* Paris: PUF.

Katz, Richard şi Peter Mair. 1995. Changing Models of Party Organisation and Party Democracy: the Emergence of the Cartel Party. *Party Politics*, 1:5.

Sondajele de opinie publică – între confruntare socială şi violenţă simbolică

Vasile Sebastian Dâncu

Introducere

Sondajele electorale sunt în centrul unei vii dispute în societatea românească. Paradoxul vine din faptul că disputa nu are la bază greşeli răsunătoare ale unor institute de cercetare cu ocazia alegerilor, lucru care s-a întâmplat în ţări în care sondajele de opinie au deja o tradiţie. Înseamnă că trebuie căutată o altă semnificaţie, probabil sondajele se află în centrul unei controverse din cu totul alte motive decât nerealizările sau greşelile lor de predicţie. E drept, disputele pe marginea credibilităţii institutelor de sondare a opiniei publice şi a organizaţiilor care au comandat diverse studii se poartă de cele mai multe ori pe liniile de forţă ale baricadelor politice, iar principalele teme de conflict au fost afilierea politică a institutelor de sondare sau a celor care au comandat studiile şi gradul de competenţă profesională a institutelor respective. O miză importantă în aceasta bătălie artificială a fost cea a creionării realităţii politice şi sociale a României, precum şi cea a influenţelor pe care aceste evoluţii diferite din sondaje le au asupra configuraţiei scenei politice interne. Bătălia pentru definirea spaţiului politic culminează, în perioade electorale, cu proiectul maxim: cel de interzicere prin lege a sondajelor de opinie. În 2008, Comisia de Cod electoral a votat interzicerea sondajelor de opinie în campania electorală. Conform votului dat în Comisia de Cod electoral, cu 30 de zile înainte de alegerile pentru Parlamentul European se interzice publicarea în presa electronică, radio, TV şi cea scrisă a sondajelor de opinie care conţin întrebări privind intenţia de vot sau alte teme ce ar putea

BCU CLUJ / UNIVERSITY LIBRARY

influenţa procesul electoral. Amendamentul (inclus în OUG nr. 1/2007, ce vizează euroalegerile) aparţinea senatorului PRM Virginia Vedinaş şi a fost puternic susţinut de PSD, prin Valeriu Zgonea, singurul argument al acestuia fiind următorul: „Ne-am săturat de sondaje în care PD apare cu 60%".

Societatea civilă a reacţionat arătând că în Franţa, de exemplu, unde există o legislaţie extrem de restrictivă, interdicţia se aplică doar în săptămâna premergătoare alegerilor. Prin acest vot li se încalcă dreptul cetăţenilor la informare, dreptul de a afla cotaţia partidelor şi implicit de a vedea cum să voteze, au spus mulţi jurnalişti în acele zile. *Fundaţia pentru o Societate Deschisă*, promotoarea unui program de peste un deceniu, *Barometrul de Opinie Publică*, considera că măsura interzicerii accesului opiniei publice la rezultatele sondajelor de opinie privind preferinţele electorale este ultraexcesivă şi încalcă dreptul la libera informare a cetăţenilor României[1]. În reacţia Fundaţiei se arată că motivaţia introducerii acestei prevederi pleacă de la ideea lipsei de profesionalism a mass-mediei, despre care se presupune că ar participa intenţionat la manipularea opiniei publice, desconsiderând – în acelaşi timp – capacitatea de discernământ şi decizie a electoratului din România. Argumentele FSD, fără a fi elaborate sociologic, au reuşit să convingă atunci opinia publică de ideea pericolului de a oficializa un tip de cenzurare a informaţiei ce ajunge la electorat, deşi principalele instrumente care ar trebui utilizate sunt, în opinia FSD, accesul liber al publicului la date de sondaj, însoţit de informarea corectă a acestuia pentru a putea evalua credibilitatea surselor, precum şi de sprijinirea asociaţiilor profesionale care încearcă reglementarea deontologică a domeniului. Nu a fost prima încercare de interzicere a sondajelor care, asemenea celor mai vechi, a fost respinsă în plen, la vot.

Totuşi, reacţia de peste un deceniu la sondaje a lui Corneliu Vadim Tudor şi a PRM arată statutul incert al sondajelor şi funcţia lor oarecum mistică. Vadim Tudor, deşi absolvent de sociologie, în toată cariera lui, a atacat sondajele şi pe sondatori. A spus mereu, în spiritul extremiştilor, că este furat la toate alegerile, iar sondajele nu fac decât să confirme frauda pe care puterea o face pentru a împiedica adevăraţii patrioţi să conducă; cu toate acestea, a oferit mereu opiniei publice sondaje realizate, spunea el, de serviciile secrete, care, se presupunea, sunt mai specializate şi ţin cu marii patrioţi şi care îl puneau, de regulă, pe el şi partidul lui pe primele locuri.

1. Fundaţia pentru o Societate Deschisă, comunicat de presă, www.osf.ro.

În viesparul politic. Aducătorul veştilor proaste

Competiţia. Dacă se poate susţine că nu calitatea sondajelor este cauza controversei, atunci care e cauza reală? Cauzalitatea este complexă, dar trebuie să observăm că sondajul este un element al triadei *politicieni – media – sondatori*, adică al triadei celor care definesc realitatea politică şi socială. Cele trei instanţe de construcţie simbolică a realităţii politice se află în relaţie, dar, în acelaşi timp, într-o acerbă concurenţă pentru a impune cadrele definirii realităţii. Cele trei instituţii sociale colaborează, au nevoie una de cealaltă, însă fiecare se revendică în fond de la o altă logică a interesului major. Mass-media se revendică de la o cultură a obiectivităţii şi îşi revendică interesul public, perspectiva echilibrării exceselor celorlalte trei puteri. Filosofia câinelui de pază al democraţiei, deşi frecvent criticată în ultimele decenii, încă reuşeşte să coaguleze sensul moral-director al acţiunii jurnalistice. Politicienii se revendică şi se legitimează tot de la interesul public, dar misiunea lor este preponderent acţională, afirmată în numele unor interese de grup sau al unor valori pe baza unui mandat susţinut de voturi. Sondatorii şi metoda lor se legitimează de la logica ştiinţei şi de la sistemul de valori al obiectivităţii, în competiţie cu jurnaliştii, dar de cele mai multe ori trebuie să apeleze la resursele financiare ale mediei sau ale politicienilor. Apare un câmp de competiţie în care, în unele cazuri, combatanţii renunţă la deontologiile presupuse de fiecare dintre aceste domenii sociale specifice.

Dacă ne uităm la selecţia unor informaţii din careul de mai sus, unde apare un florilegiu de date din seriile Barometrelor de Opinie Publică, finanţate de Fundaţia pentru o Societate Deschisă, observăm că aceste date descriu repere ale scenei politice, parametrii care dezavantajează actorii politici şi prezintă o imagine deosebit de critică a relaţiilor dintre electorat şi populaţie. Cum ar putea oamenii politici şi partidele, mai ales dacă se află la putere, să accepte o asemenea definire a scenei politice, care nu face decât să valideze eşecul total al politicii româneşti? Este de aşteptat, în asemenea condiţii, să se dezvolte continuu o strategie de delegitimare a sondajelor şi sondatorilor de opinie.

Am fost de faţă de multe ori când mari personalităţi politice din România deschideau un raport privind datele unui sondaj de opinie şi am constatat un lucru interesant: aproape fără excepţie, politicianul român caută cu înfrigurare datele privind notorietatea, încrederea şi intenţia de vot pentru el şi partid, fără a mai trece prin toţi indicatorii care descriu scena politică, atmosfera sau atitudinile

electoratului faţă de politicieni şi instituţiile statului. Un fel de narcisism îi face să se uite doar la imaginea lor sau poate disonanţa cognitivă îi împinge involuntar spre „ascunderea" unor date pe care le bănuiesc a fi nemulţumitoare.

78% dintre cetăţeni consideră că parlamentarii nu urmăresc interesele cetăţenilor care i-au votat (BOP, octombrie 2004).

82% sunt de părere că nu ar putea face nimic împotriva unei hotărâri a Primăriei care îi afectează negativ şi doar 12% spun că ar putea face ceva (BOP, mai 2002).

82% sunt de părere că nu ar putea face nimic împotriva unei hotărâri a Guvernului care îi afectează negativ şi doar 6% spun că ar putea face ceva (BOP, mai 2002).

73% sunt de părere că „nimeni nu e interesat de ceea ce gândesc oamenii ca mine" (BOP, mai 1999).

86% sunt de acord cu afirmaţia „pe cei care conduc ţara nu-i interesează ce mi se întâmplă mie" (BOP, mai 1999).

58% sunt de părere că „este mai bine să nu te amesteci în politică, deoarece în final tot tu pierzi"; 30% nu sunt de această părere (BOP, mai 2002).

Politicul se sustrage evaluării externe. Într-un sistem politic imatur ca al nostru, politicul încearcă să se sustragă oricărui control exterior, tinde să devină un teritoriu al puterii pure. Sondajele sunt singurul control, singura punere sub semnul întrebării a legitimităţii puterii. Partidele ajunse la putere caută să reducă dezbaterea publică la punctul de vedere oficial. Sondajele sunt şi un fel de judecată publică, un divan ad-hoc pentru activitatea politicienilor. Această respingere a controlului pare normală atât timp cât orice actor social tinde să-şi mărească gradul de libertate, dar este abuziv prin raportare la condiţiile democratice. Dar pare că avem şi o determinare culturală la noi. Asistăm la o respingere totală a evaluării. Într-un mediu social de tranziţie dinspre un regim totalitar înspre unul democratic, cum e spre exemplu cel românesc, în care experienţa sondajelor de opinie este de dată recentă, problema se pune şi în termeni de rezistenţă la schimbare.

În acest context, rezistenţa la schimbare s-ar traduce poate cel mai pertinent prin *teama de evaluare* pe care o încearcă societatea românească. Este vorba despre o frică inerentă de a primi veşti proaste, de a schimba ceva, teama de a fi evaluat personal. Ajunge să vedem ploaia de contestaţii de la examenele de capacitate sau bacalaureat ori frenezia cu care sunt contestaţi arbitrii de fotbal. Acelaşi lucru se întâmplă la concursurile Eurovision sau Mamaia. Paranoia contestării a făcut într-un an ca, de teamă să nu fie contestat de concurenţi la Marele Premiu de la Mamaia, juriul să caute un actor exterior competiţiei pentru a fi

premiat... şi premiul cel mare a fost dat Carului 5 de transmisie al TVR. Respingerea evaluării se observă foarte bine prin aducerea unor arbitri străini la meciurile echipelor bucureştene.

Sondajele creează personaje politice noi. O funcţie importantă a sondajelor este de a lansa oameni politici noi. Televiziunea mai ales preia sarcina de a lansa la apă personaje politice în talk-show-uri în care vedem exasperant politicieni care vorbesc seară de seară pe toate temele, fără să fie specializaţi. Oricât ar apărea de des, nu devin personaje politice cu potenţial decât atunci când sunt măsuraţi în sondaje şi intră pe tabloul principal al politicii. Or, sondajele sunt destul de rare la noi, iar accesul la lista de politicieni este, de regulă, restricţionat la şefii de partide, miniştri sau şefii celor două camere. Unii îşi plătesc singuri prezenţa pe lista în sondaje omnibus, dar de cele mai multe ori datele nu sunt date publicităţii. De cele mai multe ori, ştiu din experienţa de manager al unei instituţii de cercetare, introducerea unor politicieni noi pe lista celor evaluaţi produce nelinişte pe piaţa politică şi eşti aspru criticat de cei care se află deja acolo, pe tabloul principal. Politicienii nu sunt încântaţi să împartă voturile unui electorat activ care se tot subţiază prin creşterea absenteismului sau scăderea drastică a militantismului şi partizanatului.

Sondajele îi împiedică pe oamenii politici să mintă asupra performanţei candidaţilor sau partidului. Dacă am face experimentul să întrebăm partidele câte procente au în realitate, cu siguranţă am ajunge la o sumă a procentelor de peste 150%. Din raţiuni de mobilizare internă, conducătorii partidelor încearcă să ascundă membrilor rezultatele slabe. Una dintre regulile nescrise ale comunicării politice este de a nu recunoaşte înfrângerile, de a prezenta mereu trenduri ascendente şi succese pentru a crea emulaţie şi mai ales pentru a păstra deschisă posibilitatea atragerii de sponsori în jurul partidului sau personajului politic. Voi lua în calcul şi o serie de argumente aduse într-o lucrare care a avut un mare succes în acest deceniu, scrisă de un cunoscut profesionist al domeniului, Kenneth F. Warren, şi intitulată *In Defense of Public Opinion Polling* (Warren, 2001), unde autorul american inventariază alte condiţii favorizante ale contestării sondajelor de opinie în spaţiul public.

Uşurinţa cu care poate fi contestat un sondaj. Această lejeritate cu care pot fi formulate criticile se datorează, după cum remarcă autorul, faptului că, indiferent de backgroundul sau de rolul jucat în peisajul social, scepticii au posibilitatea de a face apel la caracterul nesigur, îndoielnic sau, mai exact, la gradul de incertitudine pe care îl presupune această metodă. Tocmai incertitudinea este cea care conferă,

de altfel, o atractivitate deosebită atacurilor de discreditare a sondajelor de opinie şi a realizatorilor acestora. Incontestabil, ca orice altă modalitate de studiere a realităţii sociale, sondajul este şi el contaminat de variate probleme de perspectivă, de design sau de diverse erori tehnice.

Frustrarea subiecţilor neincluşi. Aspectul cel mai deranjant sau frustrant rămâne sentimentul de a fi ignorat, de „a rămâne pe dinafară", pe care individul de rând îl încearcă, sentiment alimentat de altfel şi de mediul jurnalistic spre exemplu, pentru care starea de incertitudine sau indeterminare este o condiţie esenţială de generare şi menţinere a mizei mediatice, în cazul unor subiecte şi problematici diverse. Din acest punct de vedere, o analiză sau o explicaţie de tip ştiinţific nu fac decât să încurce, valoarea de interes a respectivei chestiuni scăzând în acest fel în mod dramatic.

Tendinţa jurnaliştilor de a genera şi de a menţine un climat de incertitudine pentru asigurarea mizei mediatice (Warren, 2001) ar putea constitui un alt motiv de sine stătător pentru care sondajele sunt denigrate şi respinse. Oricum, conceptul de *reprezentativitate statistică* fiind relativ străin cunoaşterii de simţ comun, oamenii înţeleg un singur lucru – că ei nu au fost chestionaţi, întrebaţi –, astfel că datele sondajelor nu vorbesc şi în numele lor. Realmente, ei nu pot înţelege cum prin intervievarea a 1.000-1.500 de oameni, cât reprezintă de regulă un eşantion naţional, se pot înregistra opiniile ce caracterizează zeci sau sute de milioane de oameni. Problema este aici sentimentul de excludere pe care îl au aceşti indivizi, ei trăind cu impresia că elita politică şi realizatorii sondajelor iau decizii pe baza datelor culese, ignorând opiniile lor (aparent) cu totul.

Sentimentul de frustrare îmbracă astfel forma criticii vehemente a sondajelor şi a celor care le creează ori utilizează. Metoda sondajului apare astfel în conştiinţa publică drept un instrument prin care elitele, clasa politică cu precădere, îşi legitimează în mod aparent nejustificat autoritatea şi puterea de decizie. În sens invers, reprezentanţii sferei politice se tem, la rândul lor, să susţină chestiuni sau puncte de vedere care s-au dovedit a fi nepopulare conform sondajelor.

O altă critică des întâlnită este cea care susţine că *sondajele sunt ilegale, dacă nu chiar neconstituţionale.* Recent, un grup de parlamentari români a încercat chiar să promoveze un proiect de lege de control strict al sondajelor. Libertatea de sondare a opiniei publice e de regulă asociată cu exerciţiul democratic, iar aceasta face destul de dificilă, dacă nu chiar imposibilă, adoptarea unei legislaţii antisondaje. În ciuda acestui fapt, au existat câteva tentative de scoatere în afara legii a sondajelor electorale efectuate la ieşirea de la urne, pe motiv că rezultatele

preliminare pe care acestea le comunică înainte de închiderea urnelor influenţează comportamentul electoral al celor care nu au votat până la acea oră şi afectează deci rezultatele finale ale alegerilor. Evident, în cele din urmă, tentativele de delegalizare au eşuat.

Sondajele sunt nedemocratice. Sondajele sunt acuzate, printre altele, că servesc, în mod incorect şi nedemocratic, la contaminarea şi fluctuaţia opiniei publice, la influenţarea procesului de luare a deciziei în domeniul politicilor publice şi la compromiterea campaniilor şi alegerilor.

Sondajele de opinie invadează viaţa privată. Întrebările factuale legate de vârsta, sexul, statutul socioprofesional, venitul sau statutul marital al persoanei investigate sunt omniprezente în chestionarele ce se aplică în vederea realizării unui sondaj. Or, evident, acest gen de informaţii ţin în mare măsură de viaţa privată şi, prin urmare, oamenii sunt reticenţi când vine vorba să dezvăluie chestiuni considerate personale, confidenţiale. Acesta este motivul pentru care, foarte adesea, în acuzele aduse metodei sondajului se invocă şi invadarea, prin chestionar, a vieţii private, a intimităţii individului.

Sondajele sunt defectuoase şi imprecise. Sondajelor de opinie li se reproşează faptul că nu au o prea mare importanţă atâta vreme cât generează o cantitate variabilă, dar suficient de mare de erori pentru a deforma realitatea. Cele trei surse principale de eroare – instrumentul utilizat (chestionarul), operatorii de interviu şi respondenţii – fac ca acurateţea datelor obţinute din sondaje să fie puternic pusă sub semnul întrebării. Scepticismul vizavi de veridicitatea sau, mai corect spus, de validitatea datelor este uneori justificat sau chiar îndreptăţit, mai ales în condiţiile în care practica sondării opiniei publice se află într-o fază incipientă, spre exemplu în ţările în curs de democratizare. Sondajele neprofesionist realizate sau folosite neonest pot genera în aceste cazuri serioase limite teoretice şi metodologice şi, implicit, erori grosiere.

Sondajele sunt de o mare acurateţe şi din acest motiv intimidează puternic. La polul opus scepticilor sau cârcotaşilor se află acea parte a populaţiei care are atât de mare încredere în precizia datelor din sondaje, încât se simte de-a dreptul copleşită, intimidată de acestea. Sondajele se bucură de un asemenea respect datorită încercărilor ori nevoii mediatice şi politice, mai mult sau mai puţin ipocrite, de a se sprijini uneori pe statisticile obţinute prin intermediul acestor anchete şi de a-şi legitima astfel acţiunile, deciziile sau luările de poziţie. Apelul la autoritatea sau credibilitatea sursei conferă în acest context sondajelor un rol proeminent în societate. Controlaţi şi intimidaţi de ele, cetăţenii par a fi astfel, în

acelaşi timp, dependenţi de acestea. „Tirania sondajelor" se metamorfozează treptat într-o veritabilă adicţie (Warren, 2001).

Sociologul american demontează în lucrarea sa toate criticile culese din spaţiul comunicării publice, dar nu putem rămâne, când evaluăm rolul sondajelor, doar la critica sau inventarul slăbiciunilor acestei metode, pe care noi, practicanţii, de foarte multe ori ne sfiim s-o etichetăm ca ştiinţifică. În mod firesc, practica democratică şi cea de cercetare ne-au arătat în ultimii ani o serie de aspecte mai degrabă pozitive. Fără a încerca o enumerare exhaustivă, vom trece în revistă câteva dintre ele.

Sondajele oferă un feedback important pentru proiectele politice, dar şi pentru acţiunile practice. Fără aceste semnale şi ecouri, politica poate rămâne un spectacol gratuit, un joc eminamente mediatic sau comunicaţional. Planificarea politică modernă nu este posibilă fără testarea orizontului de aşteptare al electoratului, dar necesitatea sondajelor provine şi din înţelegerea mecanismelor de percepţie politică, a nivelelor şi profunzimilor culturii politice sau a elementelor atitudinale ale resurselor de participare civică.

Vrem sau nu, sondajele sunt o tabelă de marcaj a politicii. În afara alegerilor, sondajele sunt singura modalitate prin care putem contabiliza dinamica echilibrului de forţe politice. În funcţie de ponderea variabilă în timp a influenţelor, se pot cristaliza alianţe politice înainte de a se ajunge la alegerile propriu-zise.

Sondajele pot aduce idei noi, nu doar personaje. La noi există chiar un exces de participare din partea unor organizaţii nonguvernamentale. Mă refer la Societatea Academică Română – SAR (prin sondajele CURS), unde sociologi sau economişti s-au luptat, cu succes, să impulsioneze naşterea unor soluţii politice de echilibrare a competiţiei: folosirea tandemului preşedinte-premier, forţarea unor alianţe în cadrul opoziţiei, forţarea unor lideri politici să candideze la anumite funcţii (de exemplu, Isărescu în 2000) etc. Formarea Alianţei Dreptate şi Adevăr, alianţă politică ce, chiar dacă nu a rezistat prea mult, a format guvernul în 2005 şi a avut un oarecare succes electoral, este rodul presiunii unor organizaţii civice (oponente ale stângii aflate la putere) şi a sondajelor CURS comandate de Societatea Academică Română. În acele sondaje se propuneau formule care, înainte de a fi instituţionalizate politic, erau testate şi vehiculate mediatic, ulterior fiind adoptate şi de politicieni. Alina Mungiu a fost unul dintre cei mai acerbi planificatori politici. Mai târziu, ea a intrat în conflicte cu politicienii şi sociologii cu care colaborase, doi sociologi de prestigiu, specialişti în sondaje, Sebastian Lăzăroiu (CURS) şi Mircea Kivu (IMAS) ajungând să îi conteste Alinei Mungiu competenţa

sociologică. Aceştia spun că pentru Alina Mungiu „a devenit o obişnuinţă să modifice datele sondajelor pe care le prezintă". Relaţiile dintre SAR şi CURS s-au răcit în martie 2004. Am făcut un sondaj pentru SAR şi ei au modificat datele, scăzând cifra care indica opţiunile de vot pentru PSD şi mărind cifra care indica opţiunile pentru Alianţa DA. „Doamna Mungiu a recunoscut public atunci că a modificat datele sondajului CURS şi apoi a întrerupt colaborarea cu noi", a replicat Sebastian Lăzăroiu, directorul CURS (Lucescu şi Ciornei, 2005). Exemplul e relevant, sondajele creează agregări statistice în jurul unor idei sau valori politice. Numai aşa sfera politică poate dobândi o consistenţă reală, nu doar simbolică. Opinia publică este un artefact, dar capătă consistenţă numai prin redesenarea ei din când în când. Injecţiile cu betonul sondajelor stabilizează edificiul politic.

Aderenţa la ideologii se verifică mai ales prin sondaje, pentru că viaţa reală mai mult contrazice ideologiile politice. În acest sens, sondajele ajută la planificarea discursurilor politice şi a programelor ce coagulează tendinţele politice. Frica de a influenţa viaţa politică a sondajelor nu trebuie exagerată. Probabil că ele influenţează, dar nu mai mult decât alţi actori democratici: presa sau organizaţiile nonguvernamentale. Se vorbeşte despre o influenţă directă şi una indirectă, dar, ştiinţific, influenţa nu este definitiv probată. E adevărat, în ultimii ani, în Franţa, 75% dintre cetăţenii cu drept de vot spun că sondajele trebuie să ocupe un loc important în viaţa publică. În mod tradiţional, se consideră că influenţarea nu se referă doar la:

- personalizarea vieţii politice (actorii politici importanţi sunt oamenii mai mult decât partidele);
- obsesia viitorului învingător politic;
- frica politicienilor aflaţi în funcţii de a lua măsuri nepopulare.

Este clar că oamenilor le pasă de sondaje, dar nu putem şti cu exactitate cât de importante sunt ele pentru deciziile de vot sau alte decizii politice. În anul 2000, după alegerile generale, 56% dintre români au recunoscut că au urmărit sondajele de opinie, iar 38% au declarat că ţin cont de sondaje; însă doar 21% recunosc că se lasă influenţaţi de ele. Numai 5% au spus că ţin cont de sondaje în cea mai mare măsură[1]. Totuşi, un lucru mi se pare clar: *probabilitatea de a fi influenţat*

1. Barometrul de Opinie Publică, 2001.

de sondaje nu este dependentă de expunerea la publicarea lor, ci de particularităţile grupului din care face parte individul (educaţia, vârsta sau rezidenţa şi altele).

Guvernanţii, crede Bourdieu, sunt „fericiţi să guverneze prin magia sondajelor de opinie publică, această tehnologie pseudoştiinţifică de demagogie raţionalizantă, care nu le oferă altceva decât răspunsuri forţate la întrebări impuse pe care respondenţii frecvent nu şi le pun în termenii în care le formulează sondajele" (Bourdieu, 1992, p. 220). Nu vom insista în linia criticistă a lui Bourdieu, dar nu putem să nu aducem în discuţie unul dintre paragrafele celebre privind postulatele prin care se analizează distorsiunile care l-au făcut să considere opinia publică un *artefact*.

> Orice anchetă de opinie presupune că oricine poate avea o opinie sau, altfel spus, că producerea unei opinii este la îndemâna oricui. Chiar dacă renunţ la o anume naivitate democratică, voi contesta acest prim postulat. Al doilea postulat: se presupune că toate opiniile au aceeaşi valoare. Cred că se poate demonstra că nu este aşa şi că faptul de a cumula opinii care nu au nicicum aceeaşi forţă reală conduce la producerea unor artefacte lipsite de sens. Al treilea postulat implicit: pentru simplul fapt de a pune aceeaşi întrebare tuturor celor intervievaţi este implicită ipoteza că există un consens asupra problemelor, altfel spus, că există un acord asupra întrebărilor care ar merita să fie puse. Aceste trei postulate implică, în opinia mea, o întreagă serie de distorsiuni care se observă chiar atunci când toate condiţiile de rigoare metodologică sunt satisfăcute la nivelul culegerii şi analizei datelor. (Bourdieu, 1973, pp. 222-235)

Dificultatea de a realiza sondaje de opinie

Discuţiile şi controversele nu au cum să-i descurajeze pe sondatori, încă din 1949 părintele sondajelor, George F. Gallup, declarând: „O armată întreagă de critici nu ar avea şanse să ne oprească". Există şi situaţii în care critica sondajelor se bazează pe dificultăţile reale în realizarea lor. Una dintre cele mai vechi discuţii metodologice privind dificultatea realizării unor sondaje de opinie datează din 1940, când J. Wechsler arăta că „sondajul de opinie este o masă de montaj, lungă şi complexă, o tehnologie unde intervin mulţi oameni, greu de controlat" (Wechsler, 1940). Munca în echipă este o muncă dificilă, iar centrul de greutate cade, din nefericire, pe echipa cea mai fragilă. Cum spuneau Harris şi MacConnely în 1948, *toată încrederea se plasează la nivelul competenţei*

intervievatorului. El e cel mai slab pregătit, cel mai prost plătit, cel mai fragil dintr-o mare echipă. Operatorii de interviu şi munca de culegere a datelor din teren reprezintă marea slăbiciune a lanţului de cercetare. Cu decenii în urmă, E. Noelle-Neumann (Lehingue, 2007) avea dreptate să vorbească despre atributele ideale ale anchetatorului:

- meticulozitate socială: anchetatorul trebuie să manevreze şi să gireze lucruri care la prima vedere nu au sens;
- comportament automatizat, dar cu o anumită înclinaţie de a stabili contacte umane, robot cu faţă umană;
- catalogul de calităţi ale intervievatorului: mână bună, să pară calm, sigur, sincer, interesat, îngrijit, natural, să inspire simpatie;
- să dea dovadă de rezistenţă morală, interes pentru alţii, minuţiozitate, loialitate etc.

Un astfel de personaj, cu un asemenea portret-robot, pare mai degrabă un erou de basm, decât un individ care lucrează sezonier şi care este plătit cu câteva zeci de euro pe zi. Situaţia de intervievare este de asemenea o situaţie socială complexă. Am putea să o studiem în sensul de rituri de interacţiune (Goffman) cu cel puţin două situaţii, cum spune Olivier Scwartz (2002):

1. problema unei distanţe sociale – obiective sau percepute – între anchetator şi anchetat. Relaţia de comunicare este de multe ori una dezechilibrată, operatorul este perceput ca venind dintr-o altă lume, oricum este cel care are atributul de a pune întrebarea, conduce jocul şi atunci acest lucru poate avea consecinţe asupra sincerităţii sau probabilităţii de a primi răspunsuri spontane, relaxate;
2. riscul de a nu se înţelege corect problematica sondajului:
   - anchetatorul crede că răspunsurile sunt univoce şi 100% adecvate sau, după caz, inadecvate;
   - subiectul nu înţelege, dar nu recunoaşte şi răspunde „ca şi cum" ar fi competent, se conformează jocului;
   - comentatorul ignoră relaţia complexă şi asimetrică dintre primii doi termeni.

Sondajul ca violenţă simbolică

Putem interpreta interacţiunea cu subiectul de interviu ca violenţă simbolică. În fond, atunci când studiem părerile oamenilor despre viaţa politică, uităm de cele mai multe ori că viaţa politică democratică se bazează pe acceptarea practică a

conflictului, cum spune Philippe Braud. Se poate vorbi despre omniprezenţa conflictului, la toate palierele vieţii sociale, politice, economice, iar pe scena politică se traduce prin rivalitatea actorilor politici – indivizi şi partide. A fi pe scena politică înseamnă a te supune acestei evidenţe: eşti actor politic – eşti mereu în conflict. Având drept pretext dezbaterea democratică, subiecţii anchetelor văd, în fiecare zi, un adevărat spectacol de violenţă, ritualizat. Politicienii exprimă frustrările reale sau imaginare, îşi afirmă soluţiile ca şi cum ar fi ale alegătorilor, iar aceştia se regăsesc în discursuri. Principii divergente, controverse asupra politicilor publice sunt substanţa spectacolului. Fiecare replică „usturătoare" face să înflorească un zâmbet pe faţa „suporterului" şi un „aşa-i trebuie" care demonstrează că aceste conflicte „favorizează proiecţiile spectatorilor, dându-le ocazia de a-şi exprima propriile frustrări prin procură", după cum scrie Philippe Braud (1995).

Subiecţii cu statut social inferior sunt de cele mai multe ori reticenţi în a participa prin răspunsuri la această violenţă generalizată, mai ales că puterea se impune în ochii publicului în permanenţă prin spectacole pline de fast prin care încearcă să-şi întărească poziţia de „instanţă ordonatoare a lumii sociale". În fine, Pierre Bourdieu spune că violenţa simbolică este mai eficientă decât coerciţia în politică şi aparţine oricărei puteri care poate impune ca legitime o serie de semnificaţii, disimulând raporturile de forţă ce sunt rafinamentul forţei sale. Murray Edelma (1999) crede că viaţa politică are conflictul de simboluri în structura sa profundă, iar elitele trebuie să deţină o mare capacitate de a provoca reacţii emoţionale atât de puternice în rândul oamenilor obişnuiţi, încât să-i determine pe aceştia să acţioneze în sensul dorit de ele. Este clar că relaţia cu operatorul de interviu este una care reiterează poziţia socială supusă, de aici şi comportamentele simulate sau marele număr de non-răspunsuri. În sondajele politice din România, observăm foarte repede o refondare drastică a opiniei după alegeri, în sensul alinierii la voturile învingătorului. Un procent între 20 şi 30% din subiecţi „uită" subit că au votat cu cel învins şi declară că au votat cu învingătorul.

În discuţia despre violenţa simbolică în cadrul relaţiei de sondare nu putem uita rolul important al limbajului. Vorbirea devine inseparabilă de putere în orice societate, astfel încât analiza jocurilor de limbaj trebuie să ţină cont de poziţia socială a vorbitorului şi de contextele sociale pe care Pierre Bourdieu le numeşte „câmpuri", „pieţe" şi „jocuri", unde se desfăşoară o luptă continuă pentru menţinerea sau modificarea distribuţiei de capital. Limbajul poate procura capital

simbolic şi deci putere simbolică, iar puterea simbolică a limbajului poate fi descrisă ca o formă de violenţă. Limbajul îşi pierde astfel funcţia esenţială de a asigura comunicarea interumană (Bourdieu, 1991). Limbajul devine sursă, instrument şi loc al puterii, iar în multe cazuri limbajul chestionarelor noastre, limbajul în care sunt formulate proiecte sau alternative politice, este de neînţeles pentru o mare parte din eşantion sau conotează o arie de dominare a puterii politice. În campania electorală din anul 2000, unde unul dintre sloganurile directoare ale unui candidat conţinea termenul „tehnocrat", am testat înţelegerea sensului acestui termen şi am observat că mult sub 20% din populaţia adultă a României înţelegea măcar parţial sensul. Important este că majoritatea populaţiei nici măcar nu se exprima, reitera de fapt un sentiment de excludere care era vizibil şi prin creşterea frecvenţei non-răspunsurilor la întrebările următoare, factuale, deci mai simple.

Un alt element al violenţei simbolice este dat de faptul că situaţia de anchetă este un joc de interacţiune cu foarte rare situaţii în care întrebările sunt deschise. Distanţa socială dintre operator şi subiect creşte şi din acest motiv, marja de libertate a alegerii fiind limitată, iar alegerile între alternative neavând un fundament atitudinal sau cognitiv real. În general, observăm tot mai mult şi în România următorul lucru: clasele de jos expediază răspunsurile, nu au curajul de a crede că pot să-şi oficializeze părerile, lucru confirmat suplimentar de răspunsurile privind posibilităţile lor de a schimba ceva în comunitate sau în ţară. În cele mai multe situaţii putem spune, fără a exagera, că discuţia operator-subiect este o conversaţie de la o clasă socială la alta (Hogart, 1991). Experienţa de sondator şi chiar de operator mi-a permis să observ această violenţă simbolică în cercetarea pe subeşantioanele de populaţie maghiară, având un operator de interviu vorbitor de limba română şi un chestionar redactat în româneşte, lucru care grevează majoritatea cercetărilor instituţiilor de cercetare din Bucureşti. Folosind la Metro Media Transilvania echipe de operatori de interviu de etnie maghiară şi chestionare traduse în ungureşte, obţinem un număr de câteva ori mai mic de non-răspunsuri şi o „competenţă" mărită substanţial din partea subeşantionului de maghiari din cadrul cercetării.

Unii metodologi încep să considere că distanţa socială poate fi atenuată de distanţa geografică, acesta fiind un avantaj al anchetelor telefonice. Se poate, doar că ancheta telefonică poate induce alte distorsiuni; în plus, este greu de crezut că discuţia la telefon elimină total efectele violenţei simbolice. Un experiment realizat în anul 2000 în Franţa, în cadrul celebrelor anchete CEVIPOF (Grunberg, Nonna şi Sniderman, 2002), a demonstrat un important efect al operatorului

simpatic, prin formularea unei întrebări prin flatarea subiectului (aşa-zisa *pomadă*) şi fără flatare.

Formularea 1 (cu pomadă): *Suntem la final de chestionar, vreau să vă spun că apreciez foarte mult interviul, iar răspunsurile dumneavoastră ne vor fi foarte utile. Vreau să vă adresez o ultimă întrebare. Contrar a ceea ce se spune, nu credeţi că în Franţa este prea multă libertate (şi prea multă democraţie)?*

Formularea 2 (fără pomadă): *Vreau să vă pun o ultimă întrebare: nu credeţi că în Franţa există prea multă libertate (şi prea multă democraţie)?*

După cum ne arată tabelul următor, efectul de flatare este semnificativ, distorsionând răspunsurile într-o proporţie destul de mare (peste 15%).

	Prea multă libertate		Prea multă democraţie	
	Cu pomadă	Fără pomadă	Cu pomadă	Fără pomadă
Prea multă democraţie	40%	28%	31%	16%
Nu prea multă democraţie	57%	70%	65%	81%
Fără opinie	3%	2%	4%	3%
Total	100%	100%	100%	100%

Un alt experiment realizat în Franţa cu finanţarea ziarului *Le Monde* şi realizat de IPSOS a căutat să verifice ipoteza conform căreia oamenii simpli şi oamenii politici nu folosesc acelaşi limbaj politic, comunicarea fiind deosebit de greoaie, imposibilă chiar. S-au testat 20 de cuvinte din limbajul politicienilor, iar concluzia a fost că universul de referinţă al electoratului se intersectează destul de puţin cu vocabularul oamenilor politici. Expresia „descentralizare şi piaţă unică europeană" este decodificată astfel: planificare (20%), protecţionism (24%), alternanţă politică (26%), dereglementare (36%), stat-providenţă (42%), bipolaritate (54%), iar 20% nu ştiu şi nu se pronunţă.

Definiţia *coabitării politice* a demonstrat o situaţie similară de polisemantism şi necomunicare: nu ştiu (8%), două grupuri politice se înţeleg pentru a conduce ţara împreună (16%), preşedintele şi premierul de la partide diferite (10%); stânga şi dreapta se înţeleg (5%), a trăi mai mulţi sub acelaşi acoperiş (22%), înainte de divorţ, nu durează (8%), a fi tolerant cu alţii (7%), consens (6%), alte răspunsuri (18%).

În fine, violenţa simbolică se exercită şi prin tehnologia comunicaţională complexă pe care o folosim pentru a reduce numărul de non-răspunsuri. Majoritatea sondatorilor şi operatorilor caută să producă un răspuns, oricare a fi el, să aducă

un feedback ca primă metodă de validare a cercetării. Chirurgia comunicaţională prin care se scot multe răspunsuri porneşte chiar de la una dintre condiţiile contractuale ale unui sondaj: *chestionarul necompletat nu se plăteşte*. Instructajele tot mai complicate pe care le facem cu operatorii de interviu îi învaţă tot mai multe reguli de a trece peste momentele de abandon ale subiectului (*Vă rog să vă mai gândiţi*, *Pot să repet întrebarea ?*) sau folosim intro-uri care forţează răspunsurile (*Ştim cu toţii...*, *După cum se cunoaşte...* etc.). Acelaşi efect de forţare îl folosim şi atunci când exagerăm cu *variantele de tip margaretă*, unde evităm evaluările tranşante de tip da/nu, şi permitem majorităţii respondenţilor să se refugieze în zonele centrale ale scalelor, acolo unde simulează neutralitatea sau neangajarea.

Nici relaţia sondatorilor cu mass-media nu este mereu foarte bună. Cu toate că media trebuie să îşi satisfacă cititorii, ascultătorii sau telespectatorii, ea nu va fi niciodată capabilă să mulţumească pe toată lumea. În contextul utilizării sondajelor de opinie publică, directorii din sfera mediatică sunt nevoiţi să calculeze costurile şi beneficiile pe care acestea le implică. În cele din urmă, cei mai mulţi decid să utilizeze sondajele pentru că avantajele pe care ele le presupun depăşesc net posibilele dezavantaje, cel puţin din perspectiva încercării de menţinere a unor standarde jurnalistice profesioniste şi de satisfacere a audienţei. În ciuda unor avantaje puternice pe care utilizarea sondajelor le presupune, sprijinul pe asemenea anchete sociale reprezintă pentru mass-media asumarea unor responsabilităţi evidente, or, aceşta este tocmai motivul pentru care jurnaliştii întreţin o relaţie controversată de iubire-ură cu sondajele de opinie (Warren, 2001). Ori de câte ori vorbim însă despre relaţia dintre jurnalişti şi sondajele de opinie, trebuie să ţinem cont de diversitatea şi eterogenitatea enormei industrii mediatice, nici o generalizare validă nefiind posibilă în acest context. O privire mai atentă asupra actorilor implicaţi în câmpul mediatic ne permite să constatăm diferenţe de substanţă, ce ţin de roluri sociale diferite, de responsabilităţi, obiective sau interese dintre cele mai diverse. Mai mult, jurnaliştii nu împărtăşesc acelaşi background cultural, acelaşi nivel de educaţie, aceeaşi experienţă de viaţă, aceleaşi valori sau obiective personale. Este firesc, în acest sens, ca jurnalişti diferiţi să aibă atitudini diferite faţă de sondaje şi utilizarea sau utilitatea acestora. Astfel, spre exemplu, este normal ca liderii din mass-media să caute să folosească (în cazul în care realmente folosesc) sondajele în favoarea lor. Aceştia sunt interesaţi în special de felul cum sondajele pot să le faciliteze procesul de

promovare a propriilor interese. La nivelul televiziunilor locale, al presei scrise, în cadrul reţelelor mediatice sau al televiziunii prin cablu, atitudinile sunt împărţite. În timp ce unii jurnalişti critică sondajele şi prezintă datele acestora într-o manieră selectivă şi/sau deformată prin scoaterea din context, alţii par a avea chiar producători de sondaje favoriţi. Este şi cazul unor moderatori de talk-show-uri care nu pot evita referirile la date statistice sau interpretări ale rezultatelor sondajelor. În ciuda tuturor rezervelor pe care jurnaliştii le manifestă în raport cu utilizarea sondajelor de opinie publică, foarte puţini dintre ei decid în cele din urmă să nu le folosească. Acest lucru se datorează faptului că, deşi criticate pentru imperfecţiunile lor, sondajele furnizează informaţii valoroase, unice şi general acceptabile cu privire la opiniile publicului în legătură cu diverse subiecte de interes.

Nici relaţiile sondajelor cu politicienii nu sunt perfecte. Unii politicieni cu discurs antisistem şi cifre mai slabe în sondaje au încercat să ignore sondajele, să le critice sau să lupte pentru decredibilizarea lor şi a sociologilor. Până la urmă, nici un politician de marcă nu poate să ignore puterea opiniei publice într-un regim democratic şi, în acest context, sondajele au apărut ca o oportunitate extraordinară de a testa mersul lucrurilor în sfera opiniei publice şi de a utiliza rezultatele acestora în propriul avantaj strategic : în vederea candidaturii la diverse funcţii politice, pentru propagarea şi difuzarea unor programe de politici publice controversate sau pentru orice altceva doreau sau aveau nevoie să consulte publicul înainte de a demara vreun proiect concret. Toate aceste aspecte au dus la conturarea unui mediu politic dependent, practic, de sondajele de opinie şi de rezultatele acestora.

Pe de altă parte, este extrem de facil să-i critici pe politicieni pentru dependenţa lor de sondaje, atâta vreme cât nu ai nimic de pierdut. Cert este însă că, dacă ignoră sondajele de opinie publică, politicienii au foarte mult de pierdut : însăşi cariera lor politică. Chiar dacă ştiu foarte bine că „oamenii nu fac ce spun şi nu spun ce fac" (Garigou, 2006), politicienii utilizează sondajele pentru a câştiga alegerile obţinând un set de informaţii extrem de valoroase şi utile în vederea organizării cât mai eficiente a campaniei. Sondajele îi aduc candidatului date privind caracteristicile demografice ale districtului vizat, devoalează atitudini ale cetăţenilor faţă de diverse chestiuni socioeconomice şi politice, scot în evidenţă modul cum diferiţi alegători conferă prioritate anumitor aspecte şi problematici. Nu în ultimă instanţă, sondajele furnizează informaţii-cheie privind modul cum

indivizii îi percep pe candidaţi comparativ cu contracandidaţii lor, cu referire la recunoaşterea numelui, atitudinea favorabilă, punctele tari, punctele slabe şi performanţele profesionale. Cea mai mare problemă a sondajului folosit în campanie e faptul că este efectuat devreme, chiar la început de campanie, şi oferă nişte date care e posibil şi chiar probabil să nu valoreze prea mult în perioada imediat următoare.

Multe dintre controversele asupra sondajelor nu îi au la origine pe sociologi, ci modul *cum utilizează candidaţii sondajele de opinie* (Warren, 2005). Modalităţile de valorificare a datelor din sondaje sunt extrem de diverse, dar diverse sunt şi modurile incoerente prin care unii politicieni *utilizează incorect sondajele.* Se consideră că există două modalităţi majore în care sondajele pot fi utilizate în mod neonest. Este vorba despre exploatarea procedurilor de sondare, pe de o parte, şi a produselor acestor sondaje de opinie, pe de altă parte. Incorecte sunt considerate de asemenea acele practici ale candidaţilor prin care aceştia caută să păcălească mass-media şi opinia publică, minţind în legătură cu felul în care arată rezultatele la sondajele lor interne, de regulă din dorinţa de a crea o falsă impresie cu privire la poziţia lor în sondaje. A minţi în legătură cu cifrele este într-adevăr lipsit de etică, în schimb marea problemă o constituie situaţiile în care candidaţii îşi conving sondatorii să manipuleze procedurile de sondare, cu scopul de a genera statistici complet deformate din care candidatul să iasă într-o lumină favorabilă. În acest sens, comunitatea sociologică trebuie să-i delimiteze cu grijă pe profesionişti de naivi sau impostori şi să reducă fenomenul de „manipulare prin sondaje", prin procesul de democratizare a publicării rezultatelor sondajelor.

Controversele în jurul sondajelor nu se vor termina însă vreodată, chiar dacă, pe zi ce trece, nevoia de rezultate creşte în viaţa socială. Sondajele se produc în cadrul unui câmp social cu actori care joacă roluri specifice şi cu relaţii între actori care se structurează în funcţie de cerinţele de rol, de resursele şi creativitatea actorilor, dar şi de oportunităţile şi constrângerile pe care le presupune mediul societal de realizare a sondajelor (Sandu, 2008). Actorii câmpului social al opiniei publice şi mişcarea actorilor în câmpul social al sondajelor sunt determinate de trei instanţe majore, după cum demonstrează profesorul Dumitru Sandu: *consolidarea democraţiei, consolidarea instituţiilor profesionale în domeniul sociologiei şi sondajelor de opinie* şi *gradul de încredere pe care societatea îl manifestă în raport cu sondajele.* Mai bine de un deceniu, Barometrul

de Opinie Publică (BOP), finanţat de Fundaţia pentru o Societate Deschisă – Soros între 1994 şi 2007, unde Dumitru Sandu a fost animator principal şi director al juriului –, a girat echipe de cercetare, practici ştiinţifice şi proceduri tehnice, dar mai ales a creat o competiţie cu reguli între institute şi o adevărată civilizaţie a sondajelor. Chiar dacă unii dintre managerii fundaţiei, deveniţi ulterior personaje politice cu partinitate politică evidentă (Dâncu, 2007, pp. 52-56), au încercat uneori să prezinte rezultatele în modalităţi prin care au încercat să influenţeze competiţia politică, sociologii prezenţi în program şi-au făcut, în fiecare moment, impecabil profesia.

Am insistat în aceste însemnări pe două procese care, în opinia mea, sunt responsabile de controversa în jurul sondajelor. În primul rând, competiţia pentru construcţia simbolică a câmpului politic, competiţie în care discursul sondajelor intră în coliziune cu discursul politicienilor şi discursul mediatic. Uneori între media, sondaje şi politicieni se dă o luptă surdă pentru legitimitatea discursului despre societate şi politică (Wolton, 1989). În fine, situaţia de interacţiune dintre operatorul de interviu şi subiect este asimilabilă de multe ori unor complexe procese de violenţă simbolică, generatoare de erori.

Controversa în jurul sondajelor nu a fost foarte intensă în ultimii ani. Oamenii încep să se obişnuiască cu această instituţie socială, nu ştiu încă dacă încrederea în sondaje creşte sau are doar pusee de creştere, însă este clar că disputa se reaprinde în fiecare campanie electorală, atunci când miza este mai mare şi efectele privind definirea realităţii se poate crede că se pot cuantifica în voturi. Este clar că nu sondatorii şi sociologii sunt cei care generează conflictul, miza din alegeri neavând legătură cu ei.

Bibliografie

Bourdieu, Pierre. 1973. *Questions de sociologie*. Paris: Les Éditions de Minuit.
Bourdieu, Pierre. 1991. *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Harvard University Press
Bourdieu, Pierre şi Loïc J.D. Wacquant. 1992. *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: Chicago University Press.
Braud, Phillipe. 1995. *Grădina deliciilor democraţiei*. Bucureşti: Globus.
Dâncu, Vasile Sebastian. 2007. *Politica inutilă*. Cluj-Napoca: Eikon.
Edelman, Murray. 1999. *Politica şi utilizarea simbolurilor*. Iaşi: Polirom.
Garigou, Alain. 2006. *L'Ivresse de sondages*. Paris: Éditions La Découverte.

Grunberg, Gerard, Mayer, Nonna şi Paul Sniderman. 2002. *La Démocratie à L'Epreuve*. Paris: Presses Fondation Sciences Politiques.
Hogart, Richard. 1991. *La culture du pauvre*. Paris: Éditions de Minuit.
Lehingue, Patrick. 2007. *Subunda. Coups de sonde dans l'océan des sondages*. Paris: Éditions du Croquant.
Lucescu, Pavel şi Florin Ciornei. 2005. Alina Mungiu pune pe jar piaţa sondajelor. *Cotidianul*, 4 octombrie.
Sandu, Dumitru. *Tehnica sondajelor de opinie publică*. Curs, Facultatea de Sociologie şi Asistenţă Socială, Universitatea Bucureşti, 2008-2009.
Schwartz, Olivier. 2002. *Le Monde privé des ouvriers*. Paris: PUF.
Warren, Kenneth F. 2001. *Defense of Public Opinion Polling*. Boulder: Westview Press.
Wechsler, James. 1940. Interviews and interviewers. *Public Opinion Quarterly*, 2: 258-260.
Wolton, Dominique. 1989. Les médias, maillon faible de la communication politique. *Hermes*, nr. 4.

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Campania „mesajul vag"

Andrei Ţăranu

Campania electorală din preajma alegerilor parlamentare din anul 2008 a fost una extrem de placidă şi lipsită – la suprafaţă – de evenimente majore. Electoratul a dat dovadă de o oarecare oboseală şi de dezinteres faţă de fenomenul politic şi chiar faţă de procesul electoral. Tensiunile politice care trădau ataşamentul grupurilor partizane faţă de clivajul comunist anticomunist din anii '90 s-au estompat într-o campanie în care media a fost mai preocupată de personajele politice decât cetăţenii cu drept de vot. De altfel, campania s-a încheiat cu un scor oarecum alb pentru majoritatea partidelor care au intrat în Parlament. Practic, nici un partid nu şi-a putut adjudeca victoria în mod decisiv, diferenţele de procente fiind insignifiante pentru partidele care s-au clasat pe locurile I şi II, iar PNL a obţinut un scor neaşteptat de bun, care nu a arătat o erodare la guvernare, în timp ce UDMR şi-a păstrat în mare măsură bazinul electoral tradiţional.

Rezultatele partidelor la alegerile din 2008 fac foarte grea selectarea unei metodologii de analiză a comportamentului de vot al cetăţenilor şi chiar a partidelor politice din România anului ce tocmai s-a încheiat. Este destul de greu să explici care a fost metoda prin care un partid mediu spre mic – cum era PD în 2004 – a avut o creştere atât de spectaculoasă în ultimii patru ani, doar făcând apel la factorul Băsescu. De asemenea, este relativ greu să explici doar prin metode strict sociologice faptul că PSD a rămas în bazinul său electoral, cam acelaşi din anul 2000. Cum tot greu este să explici faptul că PNL a crescut şi el – deşi nu cu mult – din anul 2004, deşi a fost neîntrerupt la guvernare din 2005 până în 2008.

Numai din datele brute – adică din procentele fiecărui partid – se poate observa că avem o situaţie extrem de interesantă în decelarea bazinelor electorale, mai exact o anumită migraţie circulară de la un partid la altul, cu o aglutinare de

B.C.U. „M. EMINESCU" IAŞI

voturi spre PD-L. Adică, dincolo de cea mai mare parte a votanţilor PRM, care cel mai probabil au votat masiv cu PSD şi o parte mai mică cu PD-L, o parte din votanţii din PSD au votat PD-L şi o parte a votanţilor PD-L au votat în ultimă instanţă cu PNL pe motive doctrinare. Desigur, această comparaţie o facem în raport cu votul din anul 2004, deşi datele problemei nu mai sunt aceleaşi, între timp schimbându-se radical o serie de date, dintre care primele sunt aderarea României la UE, amendarea Constituţiei în 2003 şi altele. Probabil că explicaţia cea mai facilă ar fi schimbarea atât a sistemului electoral, cât şi a principiilor campaniei electorale (prin absenţa votului pentru candidatul la Preşedinţie). Dar, de fapt, schimbarea sistemului electoral este o parte a problemei, şi nu o explicaţie în sine. Pentru că, deşi modificat, sistemul electoral a fost tot în avantajul partidelor, sistemul proporţional prevalând sau fiind măcar egal ca pondere cu cel uninominal. Practic, conducerea fiecărui partid a avut în continuare o foarte mare putere – la fel ca în perioada listelor – pentru că ea a fixat candidaţii în colegiile cu şanse sau în cele de „pedeapsă". A existat şi un anumit conformism al candidaţilor în raport cu partidele, ceea ce a facilitat dominaţia acestora asupra personalităţilor oarecum excentrice sau prea puternice, acestea fiind nevoite să se plieze pe direcţia centrală impusă de la centru de fiecare partid. Astfel, candidaţii, deşi aparent au avut campanii diferite calate pe problemele fiecărui colegiu şi/sau fiecărei circumscripţii, practic au trebuit să graviteze în jurul centrului simbolic al deciziei de partid în ceea ce priveşte mesajul şi modalitatea de a face campanie.

Acest lucru a fost sesizat de cetăţeni şi de presă, care au acordat mai mult spaţiu de interes liderilor de partid şi purtătorilor de cuvânt decât candidaţilor particulari ai fiecărui partid. A fost clar că dirijorul campaniei pentru fiecare partid în parte a fost partidul însuşi şi mult mai puţin au contat campaniile de la nivel local. La nivel local, şi nu întotdeauna, a contat mai degrabă „mita" electorală, încetăţenită în campaniile româneşti începând cu 2004.

Nu vom discuta însă pe larg despre noul sistem electoral şi despre punerea lui în practică. Am dori să analizăm în primul rând aceste alegeri din perspectivă behavioristă (comportamentală), deoarece în această perspectivă putem capta atât comportamentul alegătorilor, cât şi pe cel al partidelor politice aflate în competiţie. Mai mult, indirect vom putea să analizăm şi scrutinul în urma schimbării sistemului de vot.

Aşa cum arată McPhee (1963) în articolul „A theory of informal social influence", definiţia comportamentului de vot ar fi următoarea : „O persoană gândeşte politic după cum există social. Caracteristicile sociale sunt cele care determină preferinţele

politice". Această definiţie, oarecum deterministă, pune în discuţie nu neapărat de ce votează cetăţenii, ci cum sau, mai exact, care sunt caracteristicile persoanelor care votează într-un anumit mod. Explicaţia lui McPhee este că nu putem vorbi despre un model (pattern) de vot al grupului care are influenţă asupra alegătorului, ci despre un complex de criterii care presupun îmbinarea contextului social cu intenţiile de vot ale grupului. Astfel, McPhee se opune viziunii lui Lazarsfeld (1981), care condamnă la conservatorism clasele sociale bine situate economic din America interbelică. Teza sa este că votanţii pot accesa diverse opinii politice în funcţie de grupurile pe care le frecventează sau la care aspiră în contexte sociale date. Astfel, dacă într-o perioadă de prosperitate respectivul votant face parte din categoria *trend* (a celor care au parte de prosperitate), votul său va fi mai conformist partidului la putere, dacă acesta are o bună reprezentare valorică şi ideologică în grupul din care face parte votantul respectiv. Dar, chiar şi într-o asemenea împrejurare, dacă partidul se bazează exclusiv pe imaginea bună pe care ar avea-o datorită prosperităţii şi lasă grupurile sociale în afara mesajului său sau nu îşi calibrează mesajul pe aşteptările cele mai diverse ale grupurilor, atunci poziţia votantului se poate schimba sau, în cel mai bun caz, acesta va alege raţional să nu participe la vot. Mai exact, teoria lui McPhee ar fi că nu alegătorii aleg partidele, ci partidele (conştient sau nu) îşi aleg votanţii, în funcţie de adecvarea mesajului lor la cerinţele grupului. Astfel, încearcă să explice McPhee, şi într-o perioadă de criză votantul poate face aceeaşi alegere cu cea din perioada de prosperitate dacă partidul se preocupă de un factor care nu are nici o legătură cu economia sau bunăstarea respectivului votant. Dar, dacă doar contextul este determinant – criza – fără ca mesajul respectiv să îi parvină, votantul îşi va schimba atitudinea şi comportamentul de vot.

Încercăm să păstrăm ideea că nu cetăţenii îşi aleg partidele, ci partidele îşi aleg votanţii prin mesajele politice pe care le oferă. Or, observăm că în România ne lovim de un paradox.

Partidele din România par a nu avea mesaje diferite unul de altul, toate dispunând doar de metode de rezolvare a unor scopuri pe care chiar ele le-au impus, fără a arăta însă care este scopul final pentru care au fost construite aceste scopuri particulare. Mai precis, marea problemă a partidelor politice din România – deşi nu e doar o problemă a României – este că nu se specifică un plan pe termen lung, nu discută care ar fi scopul societăţii româneşti într-un viitor de o generaţie, de exemplu. Conjunctural au existat câteva scopuri pe termen mediu – integrarea României în structurile NATO sau aderarea la UE – de care partidele

s-au achitat cu succes. Dar aceste obiective nu au fost extrase din agenda populaţiei, ci s-au fixat într-o tendinţă central-est europeană, care a generat o competiţie între statele ce doreau să aibă performanţe în acest sens. Dar nici integrarea în NATO, nici aderarea la UE nu sunt scopuri în sine, ci mijloace de modernizare mai rapidă a României.

Iar dacă modernizarea României este scopul mai degrabă nedeclarat al partidelor politice din România, atunci ele ar trebui să propună acest scop într-o formă coerentă ideologic şi să explice de ce au ales o cale şi nu alta. A spune pur şi simplu că vrem ca România să fie asemănătoare cu statele dezvoltate din Occidentul European nu este suficient, pentru că respectivele state nu sunt asemănătoare unele cu altele nici la nivelul instituţiilor, nici la nivelul dezvoltării politice şi economice. Adică ar trebui, dacă acesta este scopul, să spui cu care stat doreşti să semeni, cu Spania sau cu Germania, cu Franţa sau cu Suedia etc.

Este evident însă că şi numai mesajul – complet vag, că doreşti să te asemeni cu statele din Europa Occidentală – pare a fi suficient pentru o categorie largă de cetăţeni. Dar, dacă toate partidele au acelaşi mesaj, este necesar să se facă anumite diferenţe de ordin ideologic, măcar la nivel practic. Nivelul practic al ideologiilor politice se regăseşte în spaţiul politicilor care se propun pentru a rezolva anumite probleme ce apar în diverse societăţi la un anumit moment dat. Aceste politici cu caracter situaţional se răspândesc influenţând, de cele mai multe ori, arii geografice majore, devenind astfel puncte de reper doctrinar la nivel guvernamental[1] între anumite state.

Însă în campania electorală din 2008 acest tip de mesaj ideologic a lipsit aproape cu desăvârşire, ca şi cum partidele ar fi plecat de la ipoteza că toţi cei care votează ştiu foarte bine ce înseamnă democraţie-creştină, liberalism, socialism etc. Diferenţele de mesaj însă au fost foarte mici, fiind construite mai degrabă pe promisiuni legate de numărul de kilometri de autostrăzi, de creşterea pensiilor şi a salariilor etc. Cu câteva excepţii notabile[2], elementele ideologice,

1. De exemplu, folosirea sintagmelor *guverne liberale* ori *socialiste* sau de oricare alt tip se referă tocmai la programele politice pe care acestea le propun pentru a ajunge la guvernare şi la politicile specifice pe care le adoptă exercitând deja puterea. Este, de altfel, adevărat că astăzi practica politică îndelungată a voalat întru câtva diferenţele clare dintre termeni, mai ales în spaţiul politic occidental.
2. Ideea PD-L de a descentraliza statul român, dorinţa PNL de a transforma România în a şaptea putere economică a Europei.

deşi extrem de mult clamate, nu au fost folosite de nici un purtător de mesaj al vreunui partid. Toată campania s-a concentrat pe câteva idei economice legate de criză în paralel cu o ofertă incredibilă de avantaje materiale pentru mai toate categoriile sociale, mai puţin bogaţii. Nici un partid nu a propus schimbări instituţionale majore – desfiinţarea sau înfiinţarea de instituţii –, nici schimbări cu caracter democratic – cum ar fi creşterea unor libertăţi sau obţinerea unor drepturi altele decât cele de factură economică. Şi aceasta în ciuda faptului că, aşa cum arată euro-barometrele, cetăţenii români sunt interesaţi de procesul democratic şi fideli democraţiei. Dar sunt, în egală măsură, dezamăgiţi şi revoltaţi de funcţionarea instituţiilor democratice din România.

Aşa cum sugerau Iuliana şi Marius Precupeţu (2004), există o diferenţă majoră între suportul difuz pentru democraţie – în termenii lui David Easton – şi cel specific. Dacă 70% dintre cetăţenii României agreează şi susţin ideea de democraţie, încrederea în funcţionarea instituţiilor democratice în România este de sub 15%, faţă de 63% în Germania şi 80% în Estonia. Vedem aşadar că democraţia, deşi importantă, nu apare ca fiind consolidată în ochii concetăţenilor noştri. Şi în ciuda acestei perspective, problema funcţionării democraţiei nu este una majoră pentru decidenţii partidelor politice. Tema modificării Constituţiei în vederea eliminării uneia din Camerele decizionale a fost rapid izolată în discursul politic şi pare a fi ieşit din discursul public chiar din timpul campaniei electorale din 2008.

Nu vom insista prea mult asupra acestui aspect, având în vedere că nici un partid din România nu s-a născut ca urmare a unei „mişcări" care să promoveze ceva, cum sunt mişcările pentru apărarea Drepturilor Omului, mişcările feministe sau ecologiste. Căci, în general – aşa cum arată Domenico Fisichella (2007, p. 194) –, „mişcările (indicate deseori drept mişcări sociale sau mişcări colective) sunt circumscrise adesea contextului comportamentului colectiv ori acţiunii colective". Construite de jos în sus, partidele româneşti au fost cele care au propus temele de dezbatere socială sau politică, iar dacă cetăţenii nu s-au regăsit în aceste teme au fost, pur şi simplu, lăsaţi la o parte. Toate cele de mai sus însă ne par suficiente ca argumentaţie pentru a demonstra inadecvarea mesajului politic al tuturor partidelor în raport cu votanţii. Iar această inadecvare, oarecum cronică, conduce la un dezinteres major al electoratului faţă de procesul electoral în sine. Această lipsă de adecvare a mesajului, structurarea partidelor şi noul tip de scrutin şi-au pus amprenta asupra alegerilor parlamentare din 2008.

Urmărind structurarea partidelor din România, este destul de greu să le identifici în termenii unor partide ideologice[1], aşa cum am arătat mai sus. Propunem o analiză în termenii clasificării lui Fred W. Riggs (Fisichella, 2007), clasificare bazată pe două criterii: input şi desemnare. Nu vom da neapărat explicaţiile fiecărui tip din această clasificare, ci doar vom enumera respectivele tipuri.

1. În funcţie de input:
   a) un partid poate fi orientat sau nu pe aderenţi (*membership oriented*);
   b) un partid poate fi finanţat sau nu din surse private;
   c) un partid poate fi bazat sau nu pe cotizaţii;
   d) partidele celor înscrişi pot sau nu să fie bazate pe adeziune;
   e) partidele de aderenţi pot fi bazate sau nu pe perspectivele de victorie.
2. În funcţie de procedurile efectuate pentru desemnarea candidaţilor în vederea alegerilor reprezentative naţionale:
   a) un partid poate fi sau nu orientat spre lideri;
   b) un partid poate fi sau nu orientat spre activişti;
   c) un partid poate fi sau nu orientat spre cei înscrişi;
   d) un partid poate fi sau nu orientat spre electorat;
   e) un partid poate fi sau nu orientat spre deţinătorii funcţiilor publice.

„Este limpede că putem evidenţia, sub aspect teoretic, tot atâtea categorii de partide câte combinaţii eventuale există între criteriul inputului şi criteriul autorilor desemnărilor." (Fisichella, 2007, p. 185) În această perspectivă, credem că modelul românesc cel mai apropiat de realitate ar fi cel al unei combinaţii între un partid de aderenţi bazat pe perspectivele victoriei[2] şi un partid orientat spre

1. Pentru a mai da un exemplu pentru faptul că raportarea ideologică chiar contează, reamintim că PNL a luat în ultimele luni de guvernare câteva măsuri considerate ca fiind eminamente liberale – opoziţia faţă de mărirea salariilor profesorilor, subvenţia de 85% pentru mare etc. Chiar dacă au venit în ultimul minut, s-a văzut că posibilitatea oferită alegătorilor de a identifica câteva măsuri liberale pe care să le susţină a avut un efect real atât în întărirea încrederii în PNL, cât şi în procentul câştigat în respectivele alegeri.
2. Adică un partid care se bazează mai mult pe interesul personal al acestora faţă de candidaţi şi programele partidului, inclusiv faţă de perspectiva obţinerii puterii şi a posturilor, decât pe interesele ideologice de perspectivă şi/sau pe criteriile sociale sau financiare la admiterea în rândurile sale.

lideri[1]. Este ciudat că această combinaţie se poate regăsi la toate cele trei partide etnic româneşti, dând perspectiva unor partide *catch-all*.

Bazându-se doar pe coerenţa instituţională a partidului şi pe aşteptările clientelare ale membrilor, partidele care au intrat cu şanse reale în competiţia electorală au construit un discurs raportat aproape în exclusivitate la ceilalţi competitori, nefiind deloc autocentrat. Discursul predilect a constat în a reacţiona la declaraţiile sau acţiunile celorlalte formaţiuni, grupele de reacţie rapidă din fiecare partid având şi rol de coordonare a campaniei la nivel naţional. Media a jucat aici rolul de arbitru, fiind cea care, sub pretextul informării, a pus faţă în faţă cam aceleaşi personalităţi politice, determinându-le să reacţioneze în numele partidelor pe care le reprezentau. O asemenea strategie a generat şi mai multă confuzie în rândul electoratului, care a reacţionat din ce în ce mai greu la apelul de solidarizare într-o parte sau alta a partidelor.

Disputa privind majorarea salariilor profesorilor, cu un aparent iz ideologic, nu a generat nici o emoţie în rândul cetăţenilor, aceştia remarcând probabil caracterul strict electoral al disputei. Însă această dispută a relevat caracterul de *spoil system* (sistem de pradă) asumat de fiecare partid. A devenit vizibil că, printr-un asemenea tip de mesaj, partidele încercau mai degrabă să îşi fidelizeze grupul de aderenţi decât categoriile de nehotărâţi din societatea românească. Mesajul indirect era foarte simplu: dacă vom veni la guvernare, vom schimba mecanismele de împărţire a bunăstării, astfel încât cât mai mulţi dintre aî noştri să beneficieze de accesul la bunăstare. Astfel, mesajul „Ei cu ei, noi cu noi"[2], cu un pronunţat caracter de segregare a societăţii pe afinităţi electorale, i-a pus în dilemă tocmai pe cei care nu se simţeau atraşi în mod special de nici o formaţiune politică. Aşadar, chiar principiile teoretice ale campaniei electorale – acelea de a atrage un număr cât mai mare de nehotărâţi spre un partid sau altul – au fost încălcate. Din acest punct de vedere a fost clar o campanie îndreptată spre solidificarea şi fidelizarea unui electorat deja captiv, şi nu spre atragerea unui număr cât mai mare de alegători la urne. De altfel, partidele şi-au construit strategiile bazându-se pe un absenteism masiv, pe care cel puţin unele dintre ele l-au şi dorit şi potenţat.

1. Adică un partid în care desemnarea este determinată numai de conducerea partidului, fără consultări formale cu alţi membri şi simpatizanţi ai respectivului partid.
2. Nu ne referim aici la sloganul PD-L, „Ei cu ei, noi cu voi", şi el un mesaj cu accente segregaţioniste, ci la contramesajul construit de PSD începând cu a doua săptămână de campanie.

Construindu-se ca structuri închise doar pentru grupurile de fideli şi bazându-se pe *spoil system*, partidele continuă procesul de oligarhizare în formula propusă de Robert Michels (Lipset, 1968, p. 412). Printr-un asemenea proces, am putea presupune că partidele de tip *catch-all* tind să evacueze electoratul din viaţa politică şi să-l înlocuiască cu un substitut de votanţi fără nici o apetenţă civică. Vrem să atragem atenţia asupra acestui lucru tocmai pentru că un asemenea proces este cel care încurajează apariţia şi dezvoltarea mişcărilor şi, apoi, ale partidelor de tip populist care destructurează ţesătura democratică a unui stat, golind principiile democratice de orice conţinut tocmai în numele lor (Hermet, 2006).

Nu în ultimul rând, asupra procesului electoral s-a făcut simţită şi schimbarea sistemului de vot, prin trecerea de la un sistem majoritar pe listă închisă la un sistem mixt, denumit generic „uninominal". Nu vom discuta despre avatarurile acestui sistem şi despre modul său de funcţionare, considerat de mulţi imperfect şi destul de complicat. Ceea ce ne interesează pe noi nu este doar modificarea procesului pentru alegerile generale, ci şi modificarea – doar aparent nesemnificativă – pentru alegerile locale.

Introducerea articolului prin care se prevedea alegerea directă a preşedinţilor de consiliu judeţean a condus la o perspectivă diferită asupra rolului partidelor în plan şi judeţean, şi local. Până în vara anului 2008, preşedintele consiliului judeţean putea fi ales conjunctural în interiorul consiliului, legătura sa politică cu partidul fiind mai degrabă dictată de raţiuni locale şi de capacitatea respectivului partid de a avea un potenţial mare de coaliţie. După alegerile locale din 2008, rolul preşedintelui de consiliu judeţean a crescut extraordinar în economia de campanie a fiecărui partid.

Prin modificările succesive ale Legii 215/2001, rolul preşedintelui de consiliu judeţean a crescut foarte mult ca importanţă administrativă. Astfel, el a căpătat şi un număr de atribuţii administrative (executive), printre care şi cea mai importantă, respectiv cea de ordonator principal de credite pentru activităţile din judeţul respectiv. În plus, prin transformarea prefectului în funcţionar public superior – şi deci „independent" politic –, rolul acestuia s-a redus la cel de supraveghetor al legalităţii activităţii consiliului judeţean, nemaiavând atribuţii de proiectant la nivel de judeţ, astfel încât sintagma de „reprezentant al Guvernului în teritoriu" a devenit mai degrabă formală decât reală. Preşedintele consiliului judeţean a devenit prin aceasta principala putere judeţeană, putere imuabilă din momentul alegerii sale directe de către cetăţeni. Puterea sa a crescut şi în plan partinic, el având la îndemână resurse simbolice, de imagine şi chiar financiare

impresionante, dar şi puterea de a le direcţiona discreţionar. Astfel, colorarea diverselor judeţe de către presă în culori de partid nu are numai un caracter simbolic, ci şi unul care acoperă o realitate – preşedintele consiliului judeţean are un electorat captiv, pe care îl poate transfera uşor şi la nivelul reprezentanţilor propuşi de partidul ce l-a propulsat şi susţinut pentru această funcţie.

Coroborând votul „uninominal" – adică dorinţa manifestă a electoratului de a implica mai mult alesul în viaţa comunităţii pe care o reprezintă – cu puterea preşedintelui de consiliu judeţean, s-a ajuns la o localizare aproape completă a mesajului de partid în campania electorală din 2008. În multe judeţe, campania generală a fost doar o continuare a campaniei locale, fiind folosite aceleaşi sloganuri, aceleaşi teme de discurs, concentrate pe problemele locale sau judeţene, spre surpriza deseori neplăcută a cetăţenilor. S-a ajuns astfel ca, în colegii apropiate sau chiar vecine, candidaţi ai aceluiaşi partid să aibă propuneri perfect paralele sau chiar contradictorii. De asemenea, colegiile rurale şi cele urbane au avut parte de campanii electorale total diferite din partea aceloraşi partide, deşi programele partidelor respective se adresau tuturor cetăţenilor României, şi nu pe baza clivajului urban/rural. Puterea preşedintelui de consiliu judeţean ales din partea unui partid sau altul a oferit o mai mare vizibilitate partidului pe care acesta îl reprezenta – în special în mediul rural. Acesta şi primarii de la acelaşi partid s-au constituit în vectorii principali de imagine ai candidatului pentru Parlament, facilitându-le o prezenţă mai profundă în conştiinţa comunitară decât cea a candidaţilor altor partide. Astfel, a apărut o discriminare informală între candidaţii care nu se bucurau de o notorietate prea mare în comunitatea respectivă.

Votul uninominal însă a generat evident o mai mare efervescenţă în interiorul partidelor, la nivelul cadrelor medii din conducerea acestora decât în rândul electoratului, care s-a prezentat într-o proporţie relativ scăzută la vot[1]. Ceea ce demonstrează, din punctul nostru de vedere, că populaţia resimte masiv evacuarea sa din politică şi rolul marginal care i se oferă de clasa politică. În această privinţă, dacă sistemul tinde să se perpetueze, vom asista probabil la o şi mai mare diminuare a prezenţei la vot şi la o creştere a fenomenului partitocratic, ceea ce va genera o reacţie în spirală: cu cât partidele se vor oligarhiza mai mult, cu atât interesul pentru politică va scădea.

1. Oficial, prezenţa la vot a fost de 39,9%, dar, după aprecierile noastre, a fost mai ridicată ca urmare a neactualizării listelor electorale. Dar chiar şi în aceste condiţii, presupunem că ea a fost sub 50% din populaţia cu drept de vot a României.

Rezumând, campania electorală pentru Parlamentul României din noiembrie 2008, deşi aflată sub semnul schimbării sistemului de vot, nu a generat schimbări spectaculoase ale clasei politice sau ale sistemului de partide. Eliminarea PRM din Parlament era un fenomen aşteptat şi anticipat, nefiind pentru nimeni o surpriză[1]. Singurul lucru bun din această eliminare este faptul că naţionalismul manifest şi extremist nu îşi mai găseşte loc de cetate în politica românească, deşi naţionalismul a devenit difuz în alte partide politice, care au intrat în Parlament.

Fără a fi spectaculos, elementul nou produs de aceste alegeri este localizarea şi mai puternică a aleşilor şi a mesajului de partid, ceea ce demonstrează că societatea românească pare pregătită să accepte procesul de descentralizare şi regionalizare a statului român. Localizarea s-ar putea să fie însă fermentul unei noi schimbări de curs în politica românească, dar acest lucru se va putea observa doar la alegerile următoare.

Bibliografie

Fisichella, Domenico. 2007. *Ştiinţa politică*. Iaşi: Polirom.

Hermet, Guy. 2007. *Sociologia populismului*. Bucureşti: Editura Artemis.

Lazarsfeld, Paul, Bernard Berelson şi Hazel Gaudet. 2004. *Mecanismul votului*. Bucureşti: Editura Comunicare.ro.

Lipset, Seymour Martin. 1968. Revolution and Counterrevolution: Change and Persistence. în Social Structures. New York: Basic Books. http://www.questia.com/PM.qst?a=o&d=14879646.

McPhee, William N., Jack Ferguson şi Robert B. Smith. 1963. A theory of informal social influence. În William N. McPhee. *Formal theories of mass behavior*. New York: The Free Press of Glencoe.

Precupeţu, Iuliana şi Marius Precupeţu. 2004. Mechanisms of Democratic Consolidation in Romania. *Central European Political Science Review*, 5: 81-104.

1. Aşa cum se anticipa încă de la alegerile locale, chiar şi în condiţiile unui vot pe listă, PRM nu ar fi întrunit cele cinci procente care să îl propulseze în Parlament.

BCU IASI CENTRU UNIVERSITAR

Perspective ale UDMR după alegerile parlamentare din 2008

Levente Salat

Introducere

Uniunea Democrată Maghiară din România (UDMR) este o prezenţă aparte pe scena politică românească. În timp ce o bună parte a opiniei publice consideră că identificarea etnică a unui segment important al electoratului din România este un rău necesar, caracteristic perioadei de tranziţie, care va trebui să dispară treptat, în paralel cu consolidarea democraţiei, performanţa electorală a UDMR de-a lungul celor şase alegeri parlamentare organizate în România postdecembristă este surprinzător de stabilă: Uniunea este singura formaţiune politică cu o reprezentare constantă în Parlamentul României – sub aceeaşi denumire şi în aceeaşi formă organizaţională –, începând cu primele alegeri din 1990, proporţională în mare cu ponderea minorităţii maghiare în populaţia ţării. Acest nivel relativ constant al reprezentării parlamentare a fost asigurat şi în urma alegerilor din noiembrie 2008, organizate pentru prima dată în sistem uninominal, cu o semnificativă dimensiune proporţională totuşi.

Dacă succesul electoral al UDMR măsurat în numărul de mandate câştigate pare să fie de neclintit, în spatele acestei aparenţe se ascund evoluţii interesante în ceea ce priveşte relaţia dintre UDMR şi propriul electorat. Aceste evoluţii prevestesc – sau, cel puţin, fac probabile – unele schimbări în privinţa atât a comportamentului politic al elitei UDMR, cât şi a comportamentului electoral al minorităţii maghiare, ceea ce ar putea reconfigura în viitor nu numai priorităţile, dar şi aspectele instituţionale, cadrul de desfăşurare în ansamblu a politicii pe baze etnice din spaţiul politic românesc.

BABEŞ-BOLYAI UNIVERSITY LIBRARY

Politica pe baze etnice

Deşi mulţi analişti îl consideră o anomalie a vieţii politice, incompatibilă cu esenţa politicului, fenomenul politicii bazate pe etnicitate este larg răspândit în lume. „Etnopolitica", după cum o denumesc unii autori (Rothchild, 1985; Karklins, 1994; Ishiyama şi Breuning, 1998; Cordell şi Wolff, 2004), este rezultatul decalajelor şi al imperfecţiunilor cu care modernizarea s-a produs în diferite regiuni ale lumii, lăsând în urmă comunităţi politice care, deşi se consideră state naţionale, au eşuat în asigurarea congruenţei dintre cultură şi politică. Consecinţele politice ale etnicităţii au fost conştientizate multă vreme ca urmare a conflictelor pe care acestea le-au generat. Etnopolitica, spre deosebire, pune în evidenţă, în completarea fenomenului conflictului etnic, o spectaculoasă varietate a formelor de cooperare interetnică şi de inovaţie politică menită să adapteze diversitatea. În majoritatea cazurilor, aceste inovaţii se materializează în diferite concesii privind dezideratul congruenţei dintre cultură şi politică, pe de o parte, şi instituţionalizarea clivajelor etnice şi lingvistice, pe de altă parte. Vom trece în revistă în continuare acele aspecte ale politicii cu baze etnice care ne vor fi utile în evaluarea performanţei politice a UDMR.

Partidele etnice reprezintă aspectul organizaţional cel mai evident al etnopoliticii. Un partid etnic se defineşte ca o formaţiune politică ce se adresează unui electorat definit în termeni etnici, pretinzând reprezentarea şi protejarea intereselor acestuia. Partidele etnice monopolizează de regulă, pe baza unor criterii prescriptive, condiţiile de apartenenţă la grupul reprezentat, manifestă tendinţe de excludere a celor care nu satisfac aceste criterii şi plasează etnicitatea în centrul preocupărilor, chiar dacă priorităţile lor vizează şi alte dimensiuni ale activismului politic (Chandra, 2004, 2005). Ele apar adesea ca rezultat al unui proces de evoluţie, din grupuri de presiune ce urmăresc prezervarea identităţii, în formaţiuni electorale care descoperă treptat că cel mai eficient mijloc de influenţare a relaţiilor de putere între grupuri este participarea la guvernare. În consecinţă, un partid politic poate fi definit mai exact ca o formaţiune politică ce pretinde că reprezintă interesele unui anumit grup etnic şi urmăreşte ascensiunea la putere în vederea influenţării relaţiilor de putere dintre grupuri. Partidele etnice nu sunt în mod necesar naţionaliste – în sensul că nu urmăresc obiectivul congruenţei dintre cultură şi comunitatea politică –, dar pot dobândi acest caracter în timp, dacă demersurile lor bazate pe lupta politică ce exclude secesiunea ca alternativă

rămân fără rezultat pe parcursul unei perioade mai îndelungate (Ishiyama şi Breuning, 1998). Succesul partidelor etnice este mai probabil în condiţiile în care ponderea grupului reprezentat depăşeşte pragul electoral (demografia – *head-counting* – fiind din acest motiv permanent în atenţia formaţiunilor de acest fel), iar sistemul politic favorizează clientelismul (Chandra, 2004).

Partide politice există peste tot în lume, numărul lor fiind influenţat pozitiv de sporirea spectaculoasă a numărului de state cu sistem politic bazat pe principiul democraţiei electorale (Chandra, 2005). În Europa Occidentală, în perioada 1945-1983 au fost identificate 115 partide etnoregionaliste în 17 state şi 45 de partide etnice în sensul strict al termenului în zece state (Urwin, 1983, *apud* Szász, 2003). O altă cercetare a identificat 17 partide etnice în cinci ţări ale Europei Occidentale, care în perioada 1980-1996 au câştigat mandate în parlamente naţionale (Müller-Rommel, 1998, *apud* Szász, 2003). La nivelul anului 2000, numărul partidelor etnoregionaliste vest-europene active pare să fie de 94, activitatea acestora desfăşurându-se în zece state ale Europei Occidentale (Szász, 2003).

În ceea ce priveşte Europa de Est, Bugajski (2002) identifică cel puţin 90 de partide etnice şi organizaţii cu caracter etnopolitic active la începutul perioadei de tranziţie, iar de Waele enumeră 14 partide etnice consolidate, pe care le consideră rezultatul reapariţiei clivajului clasic centru-periferie în contextul est-european (Waele, 2002). Raportul Özbudun al Comisiei de la Veneţia, elaborat pe baza unui studiu ce a întrunit date referitoare la 37 state din Europa, a identificat doar patru state europene – Albania, Bulgaria, Georgia şi Turcia – în care partidele etnice sunt interzise prin lege, dar menţionează totodată că aceste prevederi nu îşi ating obiectivul, în fiecare din cele patru state menţionate existând organizaţii care urmăresc obiectivul reprezentării intereselor unor minorităţi (Venice Commission, 2000).

În funcţie de obiectivele urmărite de partidele etnice, etnopolitica poate fi clasificată în mai multe feluri. Rudolph şi Thompson (1985) sunt de părere că există cel puţin patru categorii distincte ale obiectivelor urmărite de partidele etnice: 1) etnopolitica orientată *pe rezultatele guvernării*, care vizează asigurarea accesului sporit la resursele administrate de guvern; 2) etnopolitica orientată pe *aspectul decizional*, care urmăreşte influenţarea modului cum sunt luate deciziile în cadrul existent al organizării autorităţii politice; 3) etnopolitica *antisistem*, care urmăreşte schimbarea modului de organizare a comunităţii politice prin amendarea Constituţiei şi reorganizarea autorităţii politice prin trecerea la sisteme

federale sau prin acordarea de forme diferite de autonomii; 4) etnopolitica *anticomunitate politică*, ce refuză să accepte legitimitatea comunităţii politice multinaţionale, urmărind dobândirea independenţei politice a grupului în numele căruia se acţionează. Keating (1996), la rândul lui, distinge trei variante ale obiectivelor urmărite de partidele etnice: 1) etnopolitica cu caracter *integrativ*, care porneşte de la premisa cetăţeniei comune şi urmăreşte asigurarea unei poziţionări cât mai echitabile a membrilor grupului în cadrul sistemului instituţional existent; 2) etnopolitica cu caracter *particularizator*, ce militează pentru tratament diferenţiat, ceea ce ar putea necesita modificarea sistemului instituţional existent; 3) etnopolitica *dezintegrativă*, practicată de către grupuri etnice ce urmăresc obiectivul autodeterminării în afara sistemului politic existent. Alte abordări diferenţiază comportamentul politic al partidelor etnice în funcţie de disponibilitatea lor de a recurge la violenţă (Zariski, 1989) sau nuanţează categoriile propuse de Rudoplh-Thomson şi Kaeting, propunând subcategorii ale comportamentului etnopolitic cu caracter antisistem/particularizator: autonomism politic şi autodeterminare teritorială în cadrul comunităţii politice existente, respectiv anticomunitate politică/dezintegrativ: separatism sau iredentism (Bugajski, 2002).

Evoluţia şi impactul politicii pe baze etnice depind de mai multe împrejurări: pe lângă factorii economici, socioculturali şi internaţionali, particularităţile sistemului politic par să joace cel mai important rol în influenţarea comportamentului politic al partidelor etnice. Printre aceste particularităţi, regulile de reprezentare, sistemul electoral, sistemul de partide, modul de organizare a autorităţii politice şi natura ordinii constituţionale – prezidenţialism sau parlamentarism – sunt cele care au impactul cel mai mare asupra modului în care vor evolua negocierile cu caracter etnopolitic.

În ceea ce priveşte reprezentarea politică, în 33 de state ale lumii (din totalul de 193), 62 de minorităţi sunt reprezentate în parlament, graţie particularităţilor sistemului electoral care permite participarea candidaţilor minoritari în alegeri şi facilitează accesul acestora la mandate, în majoritatea cazurilor prin proceduri electorale proporţionale (20 de cazuri), dar şi în condiţiile unor sisteme majoritare (nouă cazuri). În plus, în 20 de state, minorităţile beneficiază de locuri rezervate în parlament, în 17 cazuri în camerele inferioare ale parlamentelor, în trei cazuri în camera superioară. În şase state, minorităţile sunt favorizate prin excepţii privind pragul electoral, iar în şase state se aplică principiul suprareprezentării minorităţilor (Reynolds, 2006).

Referitor la impactul sistemului electoral asupra comportamentului politic nu există un consens între specialişti. Unii sunt de părere că sistemele electorale proporţionale sunt metode mai eficiente de gestionare a problemelor interetnice decât cele majoritare (de exemplu, Cohen, 1997), în timp ce alţii sunt de părere că sistemele proporţionale pot favoriza reprezentarea la nivel naţional a partidelor etnice extremiste, antisistem, fără să existe garanţii că acestea îşi vor modera discursul odată ajunse în parlament (Horowitz, 1985). Există şi opinii conform cărora nu poate fi stabilită nici o corelaţie clară între tipul sistemului electoral şi suportul actorilor etnopolitici faţă de instituţiile existente ale statului (Norris, 2002). Conform lui Reynolds, sistemele proporţionale tind, totuşi, să modereze şovinismul etnic şi încurajează politici integrative, în timp ce sistemele majoritare sunt mai potrivite pentru excluderea minorităţilor din exerciţiul puterii, chiar dacă acestora li se asigură şansa să câştige mandate în unele circumscripţii uninominale stabilite în mod convenabil.

În designul sistemelor electorale potrivite pentru comunităţile politice divizate din punct de vedere etnic, se recomandă totodată luarea în considerare a unor variabile precum dimensiunea relativă a grupurilor, caracterul dispersat sau concentrat din punct de vedere geografic al acestora şi potenţialul partidelor etnice de a înclina balanţa în cazul parlamentelor dominate de două blocuri mari, incapabile totuşi să formeze o majoritate. Teoretic, în situaţiile în care o minoritate este suficient de concentrată teritorial pentru a avea şanse să câştige în unele circumscripţii şi are potenţialul formării unor coaliţii în care poate juca rolul acului balanţei, sistemele electorale cele mai potrivite par să fie cele majoritare (FPTP, alegeri în două runde sau votul alternativ): în astfel de situaţii, sistemul poate facilita alegerea unor reprezentanţi responsabili faţă de propriul electorat, iar rolul asumat în coaliţia guvernamentală poate asigura influenţarea politicilor în zonele unde minoritatea nu are reprezentarea asigurată. Pentru minorităţile dispersate geografic, sistemul electoral recomandat rămâne cel proporţional (Reynolds, 2006).

Unele cercetări recente sugerează că, în timp ce „reprezentarea descriptivă" care rezultă în cazul sistemelor electorale ce facilitează accesul minorităţilor în parlamentele naţionale contribuie de regulă la sporirea loialităţii grupurilor reprezentate, ea poate avea şi un efect negativ asupra comportamentului electoral, mai ales în cazul circumscripţiilor uninominale în care alegerile sunt fără miză pentru alegători (Banducci, Donovan şi Karp, 2004).

Particularităţile sistemului de partide pot influenţa în mai multe feluri evoluţia politicii cu baze etnice. Dacă sistemul de partide este dominat de partide mari şi partidele etnice nu sunt indispensabile în formarea de coaliţii, partidele etnice îşi pot radicaliza treptat comportamentul politic, mai ales dacă schimbările regulilor electorale par să pericliteze până şi reprezentarea în parlament (Smith, 1991; Mair, 1991). Comportamentul politic extremist poate fi încurajat pe de altă parte şi în condiţiile în care sistemul de partide găzduieşte multe partide mici (Cox, 1987).

În ceea ce priveşte modul de organizare a autorităţii politice, concesiile cele mai spectaculoase făcute în detrimentul congruenţei între cultură şi politică sunt formele de împărţire a puterii, modelul dominant printre acestea fiind *consociaţionismul* (Lijphart, 2002). Modelul urmăreşte evitarea consecinţelor destabilizatoare ale unui majoritarism covârşitor prin facilitarea cooperării între elitele reprezentative ale grupurilor, cu ajutorul a patru aranjamente instituţionale: 1) împărţirea efectivă a puterii executive prin coaliţii mari în care sunt cooptaţi reprezentanţii tuturor segmentelor relevante ale comunităţii politice; 2) autonomia segmentală – funcţională sau teritorială – a grupurilor; 3) proporţionalitatea în alegeri şi la alocarea resurselor publice; 4) vetoul reciproc. În ceea ce priveşte proporţionalitatea, Lijphart precizează că este de dorit ca sistemul electoral să permită controlul segmental al elitelor, ceea ce se realizează cel mai bine în cazul sistemelor proporţionale bazate pe liste.

În lume există astăzi 13 state cu sisteme politice bazate pe principiul împărţirii puterii (Norris, 2005), la care se adaugă alte şapte state caracterizate prin sisteme instituţionale semiconsociaţionale (Lijphart, 2002). Opiniile privitoare la avantajele şi dezavantajele sistemelor consociaţionale sunt împărţite. În timp ce Lijphart (2002) susţine că democraţia consociaţională este cea mai promiţătoare formă de democraţie pentru societăţile plurale şi singurul aranjament instituţional posibil în cazul comunităţilor politice profund divizate, alţii consideră că aranjamentele consociaţionale perpetuează conflictul, prin instituţionalizarea diferenţelor la nivelul sistemului politic (O'Flynn şi Russel, 2005).

Tot în contextul organizării autorităţii politice poate fi menţionată şi *birocraţia reprezentativă* ca un alt aspect important al politicii cu baze etnice. Aranjamentele bazate pe principiul birocraţiei reprezentative urmăresc asigurarea prezenţei minorităţilor în guvern şi în instituţiile publice într-o proporţie corespunzătoare procentajului din populaţia ţării pe care acestea îl reprezintă. Conform rezultatelor mai multor cercetări, birocraţiile care rezultă din aplicarea acestui principiu sunt mai responsive la interesul public, iar procesul de elaborare şi implementare a

politicilor publice devine mai echitabil, reflectând interesele, nevoile şi valorile specifice ale grupurilor minoritare (Meier, 1975; Kranz, 1976; Selden, 1997; Selden şi Selden, 2001).

În ceea ce priveşte rolul prezidenţialismului, punctele de vedere sunt din nou împărţite. Există opinii conform cărora sistemele prezidenţiale combinate cu un „majoritarism integrativ" – ceea ce presupune, prin intermediul votului alternativ şi al unor praguri electorale speciale, că preşedintele nu poate fi ales fără sprijinul electoral al grupului etnic vizat – tind să modereze efectele politicii cu baze etnice (Horowitz, 1985). Alţii sunt de părere că prezidenţialismul poate genera şi instabilitate politică, mai ales în societăţile divizate din punct de vedere etnic (Linz, 1990).

În fine, un aspect interesant al problemei este legătura dintre democraţie şi politica cu baze etnice, punându-se pe bună dreptate întrebarea dacă instituţionalizarea etnicităţii este sau nu în favoarea consolidării democratice; dacă partidele etnice, prin efectele existenţei şi ale activităţii lor, susţin democraţia sau sunt în detrimentul ei. Formularea unui răspuns la această întrebare presupune de cele mai multe ori alegerea între două rele. Prevenirea instituţionalizării clivajelor etnice prin interdicţii este cu siguranţă incompatibilă cu democraţia. Dacă instituţionalizarea clivajelor cu caracter etnic s-a produs, consecinţa cea mai nocivă a acestora ar putea fi fenomenul de supralicitare etnică (*ethnic outbidding*), care împinge partidele aflate în competiţie politică către poziţii extreme ale eşichierului politic. În cazul în care particularităţile sistemului recompensează comportamentul politic ce gravitează către centru, existenţa partidelor etnice poate avea efecte neaşteptat de benefice asupra stabilităţii democratice (Chandra, 2005).

Evoluţia UDMR pe scena politică din România

Deşi din punct de vedere formal şi juridic Uniunea nu este un partid, evoluţia acesteia pe scena politică din România oferă un exemplu elocvent pentru modul în care partidele etnice evoluează de regulă: dintr-o organizaţie preocupată de problemele identitare ale minorităţii maghiare, a devenit treptat o formaţiune electorală interesată în mod preponderent de asigurarea succesului electoral şi de maximizarea potenţialului său politic ca posibil partener de coaliţie guvernamentală.

Într-unul din documentele constitutive ale Uniunii, „Declarația de intenții", adoptată la întrunirea delegațiilor de la Târgu Mureș, pe 13 ianuarie 1990, se preciza că Uniunea urmărește promovarea și reprezentarea intereselor minorității maghiare din România, dar nu este partid și nu se identifică cu nici o ideologie politică. Comunitatea de interese care urma să fie reprezentată și protejată în contextul democrației emergente din România era înțeleasă ca decurgând din apartenența la comunitatea etnicilor maghiari, iar Uniunea s-a declarat o organizație unică și cuprinzătoare, deschisă pentru toate mișcările, asociațiile sau grupările care urmăresc obiective similare.

Această autodefinire a Uniunii a fost consacrată ulterior în mai multe etape: prin înregistrarea juridică la data de 26 ianuarie 1990, de primul congres al UDMR organizat la Oradea pe 21-23 aprilie 1990 și prin succesul electoral înregistrat de candidații Uniunii la alegerile din mai 1990. La succesul modelului de reprezentare corporativă a contribuit în mod semnificativ și mediul politic ostil, încărcat de naționalismul caracteristic etapei, respectiv intrarea în vigoare, pe 8 decembrie 1991, a primei Constituții postdecembriste a României, cu prevederi care au ignorat opțiunea etnicilor maghiari privind definirea comunității politice românești.

În pofida faptului că UDMR și-a asumat rolul de organizare a vieții comunității maghiare din România pe baza principiului de autodeterminare internă, proiectând instituții specifice ale autoguvernării, Uniunea nu a rămas izolată pe scena politică din România: pe 6 (9?) august 1990 a participat la crearea Forumului Democratic Antitotalitar, iar pe 26 octombrie 1991 a devenit membru al Convenției Democrate, declarându-și astfel angajamentul pentru democratizarea României. Deși relațiile dintre UDMR și Convenția Democrată au devenit tensionate relativ rapid, începând cu eșecul electoral al Convenției la alegerile din 1992, atribuit în bună măsură colaborării dintre cele două formațiuni (UDMR fiind forțat, într-un final, să părăsească Convenția în primăvara anului 1995), apartenența Uniunii la Convenția Democrată a fost considerată benefică atât pentru UDMR, cât și pentru viața politică din România de la aceea vreme (Andreescu, 2001).

Integrarea Uniunii în scena politică românească a scos în evidență rapid disfuncționalități ale modului de organizare. În primele luni ale anului 1991 a fost formulată o propunere privind oportunitatea separării Uniunii în două componente: un *partid politic* care ar reprezenta minoritatea maghiară în viața și competiția politică din România și o *componentă civică* în a cărei sarcină ar cădea activitatea de organizare internă a comunității maghiare (Szilágyi, 1991). Nevoia

unei componente profesionale a politicii minoritare a fost scoasă în evidenţă şi de conştientizarea faptului că, în condiţiile create de noua Constituţie, realizarea obiectivelor urmărite de UDMR va fi posibilă doar pe termen lung, prin activitatea susţinută a unei elite politice pregătite în mod corespunzător pentru provocările care îi stau în faţă. Succesul electoral înregistrat la alegerile locale din februarie 1992 – alegerea a 2.616 consilieri locali şi 131 de primari reprezentând Uniunea – a adăugat o nouă dimensiune complexităţii problemelor pe care UDMR trebuia să le gestioneze (Bakk, 1999).

Problema formei de organizare a UDMR a figurat pe agenda celui de-al doilea congres al Uniunii (Târgu Mureş, 24-26 mai 1991), propunerea referitoare la separarea în cele două componente – partid politic şi componenta specializată pe activism civic şi comunitar – fiind respinsă de delegaţi. Conducerea Uniunii, care a optat astfel pentru păstrarea ambiguităţii organizaţionale, a fost preocupată deja de apariţia unui clivaj intern care urma să influenţeze decisiv evoluţia ulterioară a UDMR: conflictul între moderaţi şi radicali.

În mare, ignorând detalii importante, se poate afirma că influenţa radicalilor a fost mai pregnantă în perioada 1992-1995. În octombrie 1992 a fost adoptată Declaraţia de la Cluj privind „autodeterminarea internă" a comunităţii maghiare din România, iar al treilea congres al Uniunii (Braşov, 15-17 ianuarie 1993) a încercat punerea în aplicare a principiilor incluse în această declaraţie prin adoptarea „modelului statal" de organizare a reprezentării politice. Modelul s-a bazat pe declararea comunităţii maghiare drept subiect politic de sine stătător şi organizarea reprezentării acestuia pe baza principiului separării puterii: au fost create, pe de o parte, Consiliul Reprezentanţilor Unionali ca principalul for „legislativ" şi Preşedinţia Executivă, pe de altă parte, învestită cu responsabilităţile conducerii operative. Modelul s-a dovedit inoperaţional relativ rapid, din cauza lipsei pârghiilor executive şi a fondurilor înainte de toate. Amânarea *sine die* a alegerilor interne şi interesele locale care s-au articulat din ce în ce mai pregnant, ignorând deciziile luate în forurile de conducere ale Uniunii, au jucat şi ele un rol important în subminarea „modelului de la Braşov". Următorul congres (Cluj, 26-28 mai 1995) a fost obligat să tragă concluziile de rigoare şi să transfere o parte însemnată a puterii decizionale unui nou for creat, Consiliul Consultativ al Preşedinţilor Teritoriali, care îi întrunea pe liderii organizaţiilor UDMR din judeţe.

Izolarea pe scena politică din România cu care Uniunea a trebuit să plătească pentru această tentativă de autodeterminare internă a început să se amelioreze în

1996, în timpul campaniei lui György Frunda pentru Preşedinţia României. Dincolo de meritele personale ale candidatului UDMR, mutarea accentului pe probleme de interes general şi trecerea în subsidiar a obiectivelor legate de autonomie au pregătit terenul pentru cooptarea Uniunii la guvernare după victoria electorală a opoziţiei democratice din noiembrie 1996.

Asumarea rolului de membru în coaliţia guvernamentală condusă de CDR a demarat o serie de transformări importante în funcţionarea şi conduita politică a Uniunii, al cărui impact a devenit evident în timpul următoarelor două mandate: 2000-2004 şi 2004-2008. În pofida convulsiilor politice din perioada guvernării CDR, comportamentul Uniunii a devenit dominat treptat de o raţionalitate politică care a mutat accentul de pe problema politicilor identitare – în privinţa cărora s-a obţinut aparent maximul posibil în condiţiile date – pe problema accesului la resurse. În cadrul Uniunii a devenit din ce în ce mai influentă o nouă elită caracterizată prin pragmatism, interesată înainte de toate de maximizarea succesului electoral şi de convertirea acestui succes în influenţă politică şi în poziţii de control în procesul redistributiv. Abilitatea cu care aceste pârghii au fost folosite de elita UDMR a permis marginalizarea treptată a radicalilor, crearea unei clientele fidele în teritoriu şi menţinerea unui echilibru funcţional între interesele locale, respectiv ale actorilor cu putere financiară importantă.

Succesul acestei convertiri a presupus, evident, şi costuri. Preocupările iniţiale ale Uniunii pentru organizarea internă a comunităţii maghiare au fost abandonate, atenţia liderilor organizaţiei mutându-se pe priorităţi operaţionalizabile pe termen scurt, cu potenţial de recrutare a votanţilor. Deşi programul UDMR a rămas în general acelaşi, temele mari ale perioadei de început – autonomia, universitatea de stat în limba maghiară, oficializarea statutului limbii maghiare etc. – au fost abandonate şi ele, iar ocaziile rare în care acestea reapar în discursul oficialilor Uniunii trădează faptul că rolul acestor teme s-a redus la funcţia de mobilizare electorală (este interesant de menţionat că până şi opinia publică românească le recepţionează ca atare). Preocuparea elitei UDMR pentru păstrarea pârghiilor de influenţă a avut şi alte consecinţe: loialitatea în exces faţă de partenerii de coaliţie le-a cerut în mai multe rânduri membrilor UDMR sprijinirea unor iniţiative care au intrat în contradicţie flagrantă cu angajamentul Uniunii faţă de cauza democratizării.

Schimbarea la faţă a Uniunii i-a nemulţumit, evident, pe unii. Deşi tabăra nemulţumiţilor rămâne deocamdată împărţită, aceştia au reuşit într-un final, după mai multe încercări eşuate, să înregistreze Partidul Civic Maghiar (PCM), care se

adresează în principiu aceluiaşi electorat, fiind create astfel premisele pluralismului în viaţa politică a minorităţii maghiare. Rezultatele electorale ale noului partid sunt modeste, dar nu pot fi ignorate în ceea ce priveşte alegerile locale şi sunt nesemnificative în ceea ce priveşte ultimele alegeri parlamentare. Cu toate acestea, impactul activităţii PCM asupra vieţii politice a minorităţii maghiare nu va putea fi ignorat – pe termen mediu cu siguranţă, iar pe termen lung foarte probabil.

Pe baza celor trecute în revistă se poate constata că UDMR este o formaţiune politică cu o evoluţie care se integrează în tiparele de comportament ale partidelor etnice. Are în acelaşi timp unele caracteristici ale partidelor moderne populare de tip *catch-all*: este deschis din punct de vedere ideologic, funcţionează cu ajutorul unui aparat de partid specializat şi mizează din ce în ce mai puţin pe membrii înregistraţi, plătitori de cotizaţie. Adaptarea treptată a programului UDMR la obiectivele guvernării a permis totodată justificarea participării în coaliţii guvernamentale atât de dreapta, cât şi de stânga, ceea ce i-a conferit Uniunii o confortabilă poziţie în centrul eşichierului politic din România (Bakk, 2008).

În ceea ce priveşte natura conduitei politice, se poate afirma fără echivoc că UDMR nu este un partid etnic care ar fi urmărit, de la înfiinţare şi până în acest moment, obiective politice cu caracter *dezintegrator* (în terminologia lui Keating) sau *anticomunitate politică* (în accepţiunea lui Rudolph şi Thompson). Politica urmărită de Uniune poate fi clasificată în categoria *antisistem* (Rudolph şi Thompson), respectiv *particularizator* (Keating), în ceea ce priveşte perioada 1990-1995, cu importanta menţiune că, deşi obiectivele declarate justifică această încadrare, instrumentele politice folosite de UDMR au rămas în limitele ordinii constituţionale în vigoare. În ceea ce priveşte perioada 1996-2008, politica Uniunii are un pronunţat caracter *integrator* (Keating), fiind orientată spre *rezultatele guvernării*, cu scopul de a asigura accesul celor reprezentaţi la resursele guvernării, respectiv o mai bună poziţionare a acestora faţă de mecanismele de luare a deciziilor (Rudolph şi Thompson).

Se poate constata totodată că proporţionalitatea sistemului electoral care a facilitat această evoluţie a conduitei politice a UDMR a avut un efect benefic asupra modului în care politica cu baze etnice din România a evoluat în ultimii 12 ani.

În perioada 1999-2001 a avut loc o interesantă dezbatere în jurul întrebării dacă participarea la guvernarea a UDMR a creat sau nu premisele *consociaţionismului* în România (Mungiu-Pippidi, 1999; Molnár, 2000; Andreescu, 2000; Szász, 2001; Kántor, 2001; Andreescu, 2001). Ideea consociaţionismului românesc a avut şi

are în continuare susţinători entuziaşti şi, nu întâmplător, din moment ce două elemente ale modelului – colaborarea elitelor în cadrul coaliţiilor guvernamentale şi proporţionalitatea rezultată din alegeri – erau prezente în timpul mandatelor din 1996-2000, respectiv 2004-2008, iar consensualismul a fost caracteristica dominantă a colaborării dintre majoritate şi minoritate inclusiv pe perioada mandatului din 2000-2004. Dincolo de alte două elemente ale modelului – autonomia segmentală şi dreptul de veto –, ceea ce a lipsit din condiţiile consacrării modelului în România a fost tocmai baza normativă a acestuia : o înţelegere prealabilă privind instituţionalizarea principiului de împărţire a puterii politice. În mod surprinzător, nu numai partidele româneşti, ci şi reprezentanţii UDMR au considerat că problema participării la guvernare a partidului minoritar se poate pune doar într-o situaţie postelectorală, dacă rezultatele alegerii şi obiectivul formării unei majorităţi justifică acest lucru, nu şi într-o situaţie de negociere între două alegeri.

În consecinţă, se poate presupune că pentru caracterizarea cooperării dintre majoritate şi minoritatea maghiară din România în perioada 1996-2000, respectiv 2004-2008, conceptul de *birocraţie reprezentativă* este mai potrivit. Deşi fundamentul normativ al organizării autorităţii publice în conformitate cu principiul invocat lipseşte şi în acest caz, ideea birocraţiei reprezentative este mai puţin străină de spiritul sistemului politic românesc decât principiul de împărţire a puterii, existând deja o legislaţie în vigoare care urmăreşte prevenirea discriminării, inclusiv pe criterii etnice. Nu este, poate, întâmplător că preşedintele UDMR, Markó Béla, a făcut apel la principiul reprezentării proporţionale a minorităţii maghiare în instituţiile statului imediat după ce s-au încheiat negocierile pentru constituirea noii coaliţii guvernamentale din care UDMR nu a mai făcut parte.

Performanţele electorale ale UDMR

După ce a fost amendată Legea electorală şi s-a decis trecerea la votul în circumscripţii uninominale, cu mecanisme de atribuire a mandatelor care îi conferă sistemului o puternică dimensiune proporţională, şi s-a încheiat şi procesul de delimitare şi de aprobare a circumscripţiilor electorale, UDMR a putut răsufla uşurat şi nu avea decât să aştepte relativ liniştit desfăşurarea alegerilor. Această linişte era cu atât mai îndreptăţită cu cât conducerea PCM a decis să nu participe în alegeri cu candidaţi proprii, ci să-şi declare sprijinul pentru unii candidaţi

independenţi, cu precădere în acele circumscripţii unde candidaţii UDMR i se păreau inacceptabili.

Şi într-adevăr, alegerile nu au produs surprize majore, rezultatele înregistrate de candidaţii Uniunii s-au înscris în trendurile dominante de până acum. Tabelul de mai jos prezintă sintetic situaţia rezultatelor înregistrate de candidaţii UDMR la alegerile parlamentare organizate în perioada 1990-2008.

Tabelul 1. *Rezultatele candidaţilor UDMR la alegerile parlamentare în perioada 1990-2008*

An	Prezenţă la vot %	Camera Deputaţilor			Senat		
		Voturi valabile	%	Mandate	Voturi valabile	%	Mandate
1990	86,19	991.601	7,23	29	1.004.353	7,20	12
1992	76,29	811.290	7,46	27	831.469	7,58	12
1996	76,01	812.628	6,64	25	837.760	6,82	11
2000	65,31	736.863	6,80	27	751.310	6,90	12
2004	58,51	628.125	6,17	22	637.109	6,23	10
2008	39,20	425.008	6,17	22	440.449	6,39	9

Dacă în privinţa numărului de mandate obţinute Uniunea a înregistrat un rezultat identic cu cel din 2004, pierzând un singur mandat de senator, în ceea ce priveşte numărul de voturi obţinute a continuat trendul de scădere spectaculoasă a acestora : în comparaţie cu alegerile de acum patru ani, Uniunea a pierdut peste 200.000 de voturi şi aproape 400.000 faţă de alegerile din 1996. Luând în considerare evoluţia pe termen lung a numărului de mandate obţinute de candidaţii UDMR, trebuie observat şi în această privinţă că Uniunea a pierdut poziţii importante în 2004 în comparaţie cu perioada 1992-2000, iar rezultatele actuale conservă pe moment nivelul realizărilor din 2004.

Având în vedere trendul simultan de scădere a ratei de participare la vot – de la 76% în 1996 la 39,20% în 2008 –, o imagine mai relevantă privind evoluţia comportamentului electoral în rândurile votanţilor UDMR se poate desprinde din situaţia defalcată pe judeţele de interes pentru minoritatea maghiară privind situaţia voturilor la Camera Deputaţilor, comparând scăderea numărului de voturi în perioada 2004-2008 cu scăderea înregistrată în perioada 1996-2004. Cum în 2002 a avut loc un recensământ care a constatat un spor demografic negativ al minorităţii maghiare, am luat în considerare şi această variabilă, presupunând că votul exprimat pentru UDMR este un vot preponderent etnic.

Tabelul 2. *Rata de participare la vot*

Județul	Recensământ 1992	Voturi UDMR Camera Deputaților		Recen-sământ 2002	Voturi UDMR Camera Deputaților		2004-1996 *1992-2002*	2008-2004
		1996	2000		2004	2008		
Alba	*24.765*	9.953	9.624	*20.684*	8.594	5.044	–1.359 *–4.081*	–3.550
Arad	*61.011*	21.543	21.574	*49.291*	17.731	11.731	–3.812 *–11.720*	–6.000
Bihor	*181.703*	80.838	69.320	*155.829*	62.117	52.122	–18.721 *–25.874*	–9.995
Bistrița-Năsăud	*21.098*	10.514	9.157	*18.349*	8.554	5.573	–1.960 *–2.749*	–2.981
Brașov	*63.558*	28.331	26.981	*50.956*	22.042	13.551	–6.289 *–12.602*	–8.491
Caraș-Severin	*7.876*	2.222	1.918	*5.824*	1.577	1.026	–645 *–2.052*	–551
Cluj	*146.186*	72.633	69.323	*122.301*	55.866	35.420	–16.767 *–23.885*	–20.446
Covasna	*175.502*	96.585	92.206	*164.158*	71.447	35.344	–25.138 *–11.344*	–36.103
Harghita	*295.104*	171.758	147.561	*276.038*	122.194	80.965	–49.564 *–19.066*	–41.229
Hunedoara	*33.849*	11.156	11.803	*25.388*	10.194	6.122	–962 *–8.614*	–4.072
Maramureș	*54.902*	24.261	21.059	*46.300*	18.349	11.307	–5.912 *–8.602*	–7.042
Mureș	*252.651*	138.562	122.474	*228.275*	103.103	78.298	–35.459 *–24.376*	–24.805
Satu Mare	*140.392*	59.935	56.024	*129.258*	50.839	40.230	–9.096 *–11.134*	–10.609
Sălaj	*63.151*	34.977	30.183	*57.167*	26.305	24.064	–8.672 *–5.984*	–2.241
Sibiu	*19.309*	8.052	6.370	*15.344*	5.374	2.796	–2.678 *–3.965*	–2.578
Timiș	*62.866*	20.320	22.124	*50.556*	15.685	9.784	–4.635 *–12.310*	–5.901
Celelalte județe	*21.036*	20.998	19.162	*16.089*	28.154	11.631	7.156 *–4.938*	–16.523

Analizând dinamica scăderii voturilor exprimate pentru UDMR, pot fi identificate câteva categorii de judeţe în care comportamentul electoratului UDMR a evoluat diferit. Scăderea cea mai mică a numărului de voturi faţă de alegerile din 2004, în comparaţie cu perioada 1996-2004, s-a înregistrat în judeţele Bihor şi Sălaj. Pierderea înregistrată în perioada 2004-2008 este comparabilă cu cea din intervalul 1996-2004 în judeţele Bistriţa-Năsăud, Caraş-Severin şi Satu Mare. Pierderea de votanţi între alegerile din 2004 şi 2008 este mai mică decât scăderea numărului de votanţi înregistrată în perioada 1996-2004, fiind totuşi considerabilă în cazul judeţelor Harghita şi Mureş, iar în cazul judeţelor Cluj şi Covasna, în ultimii patru ani numărul votanţilor UDMR a scăzut mai mult decât în tot intervalul 1996-2004.

Dacă luăm în considerare situaţia pe judeţe privind ponderea numărului de voturi exprimate pentru UDMR raportat la numărul de persoane de etnie maghiară cu drept de vot, respectiv raportul dintre ponderea voturilor UDMR din numărul total de voturi valabile, pe de o parte, şi ponderea populaţiei maghiare din totalul populaţiei pe judeţ, pe de altă parte, judeţele pot fi împărţite în şase categorii, după cum reiese din tabelul de mai jos[1].

Tabelul 3. *Situaţia pe judeţe privind ponderea numărului de voturi exprimate pentru UMDR*

Categorie	Judeţ	Alegători de etnie maghiară care au votat cu UDMR (%)	Scor UDMR (%)	Ponderea populaţiei maghiare (%)
1.	Sălaj	54,7	27,0	23,0
2.	Mureş	44,1	39,5	39,3
	Bihor	43,6	25,1	26,0
	Satu Mare	41,1	36,1	35,2
3.	Bistriţa-Năsăud	38,5	5,4	5,9
	Harghita	37,6	75,3	84,6
	Cluj	36,6	16,4	17,4
4.	Braşov	34,1	7,6	8,7
	Alba	31,6	4,1	5,4
	Maramureş	31,4	7,8	9,1
	Hunedoara	31,2	3,5	5,2
	Arad	30,6	8,3	10,7
5.	Covasna	27,5	61,5	73,8
6.	Timiş	24,9	5,3	7,5
	Sibiu	23,5	2,1	3,6
	Caraş-Severin	22,8	1,0	1,7

1. Datele din tabel – bazate pe o estimare, calculată pentru anul 2008, a populaţiei maghiare, respectiv a persoanelor de etnie maghiară cu drept de vot (Csata şi Kiss, 2007) – ne-au fost puse la dispoziţie cu amabilitate de Tamás Kiss.

Reluând, cele şase categorii au următoarele caracteristici:

1. Judeţul Sălaj reprezintă un caz singular, în care 54,7% dintre persoanele de etnie maghiară cu drept de vot au votat pentru UDMR, procentul voturilor obţinute de Uniune (27%) depăşind astfel ponderea populaţiei maghiare din judeţ (23%).
2. Din categoria a doua fac parte judeţele Mureş, Bihor şi Satu Mare, în cazul cărora 41-44% dintre alegătorii maghiari şi-au exprimat votul pentru UDMR, procentul voturilor obţinute de partidul maghiar fiind în mare identic cu ponderea populaţiei maghiare din judeţele respective.
3. Judeţele Bistriţa-Năsăud, Harghita şi Cluj alcătuiesc următoarea categorie, în care 36-38% dintre alegătorii de etnie maghiară au votat cu UDMR. În aceste judeţe, rezultatul electoral al Uniunii se situează uşor sub ponderea populaţiei maghiare – cu excepţia judeţului Harghita, care pe baza acestui indicator şi-ar găsi locul mai degrabă în categoria a cincea, alături de judeţul Covasna.
4. Între 30 şi 34% din populaţia maghiară cu drept de vot şi-a exprimat votul pentru UDMR în judeţele Braşov, Alba, Maramureş, Hunedoara şi Arad, subreprezentarea de către Uniune a populaţiei maghiare din aceste judeţe devenind ceva mai pronunţată.
5. Judeţul Covasna reprezintă din nou un caz singular: doar 27,5% din electoratul maghiar a votat UDMR, populaţia maghiară a cărei pondere în judeţ este de 78,8% fiind reprezentată astfel de UDMR doar în proporţie de 61,5%.
6. În judeţele Timiş, Sibiu şi Caraş-Severin, între 22 şi 24% dintre alegătorii maghiari şi-au exprimat votul pentru Uniune, scorurile UDMR din aceste judeţe fiind şi ele sub ponderea populaţiei maghiare locale.

Dacă până la alegerile din 2000 comportamentul electoratului maghiar din România părea să fie mai structurat – baza electorală a UDMR fiind alcătuită din două componente mari: judeţele cu populaţie maghiară aflată în situaţia de majoritate relativă şi cele cu populaţie maghiară în inferioritate numerică – şi mai predictibil – participarea la vot şi sprijinul exprimat pentru UDMR având o tendinţă descrescătoare de la est la vest –, situaţia de la ultimele două alegeri este mai complicată şi mai greu descifrabilă. Judeţele incluse în categoriile a patra şi a şasea ale enumerării de mai sus mai arată o oarecare coerenţă, confirmată şi de evoluţia voturilor exprimate în numere absolute, componenţa categoriilor 2, 3 şi 5 fiind însă mai dificil de înţeles.

Încercând să oferim o explicaţie a situaţiei create după alegerile parlamentare din 2008, trebuie să avem în vedere mai multe nivele posibile ale analizei.

Pare evident, înainte de toate, că împrejurările în care au fost organizate alegerile au jucat un rol crucial în influenţarea ratei de participare. Lipsa de familiarizare a alegătorilor cu noul sistem de vot, separarea, pentru prima dată în istoria alegerilor postdecembriste, a alegerilor parlamentare de cele prezidenţiale, platitudinea campaniei, obligativitatea exprimării votului la locul de domiciliu au contribuit, cu siguranţă, la scăderea spectaculoasă a prezenţei la vot. În cazul electoratului maghiar, impactul acestor împrejurări a fost amplificat şi de faptul că la alegerile anterioare posibilitatea ratării pragului electoral de către UDMR a funcţionat ca un important mesaj mobilizator, în timp ce în contextul actualului sistem electoral acest pericol nu mai putea fi invocat.

O contribuţie la cele întâmplate a avut, fără îndoială, şi mesajul electoral al UDMR. Se pare că, în cazul alegerilor din 2000 şi 2004, Uniunea a reuşit să nimerească mai bine echilibrul funcţional dintre componenta etnică şi socială a mesajului său electoral, realizând că, deşi rezultatele colaborării cu majoritatea – exprimate înainte de toate în succese redistributive şi de canalizare a resurselor guvernamentale către zonele populate de maghiari – sunt apreciate de electorat, problemele simbolice ale etnicităţii nu pot fi neglijate. Specialiştii UDMR au avut la dispoziţie rezultatele unei cercetări care a scos pregnant în evidenţă această dualitate a orizontului de aşteptări al electoratului – probleme socioeconomice în primele poziţii ale listei de priorităţi, pe de o parte, şi aşteptarea formulată fără echivoc faţă de UDMR „să lupte pentru interesele maghiarilor", pe de altă parte (Lőrincz, 2008) – ; totuşi, de această dată nu a fost găsită soluţia potrivită. Ideea de autonomie, care a fost utilizată cu succes în campania din 2004, nu mai putea fi folosită, şi în lipsa acesteia nu s-a găsit un alt obiectiv mobilizator care ar fi putut transmite în mod convingător mesajul că UDMR este pregătit „să lupte" pentru promovarea intereselor etnicilor maghiari. Acest eşec a fost mai puţin resimţit de către electoratul din judeţele incluse în categoria a patra, dar a fost taxat puternic în judeţele cu o populaţie maghiară compactă şi numeroasă.

Rezultatele alegerilor au fost influenţate în al treilea rând de nivelul de profesionalism şi de realizările locale ale organizaţiilor teritoriale. La acest nivel, performanţele modeste ale Uniunii în materie de rezultate etnice la nivel naţional au fost compensate în unele locuri de realizări infrastructurale capabile să întărească identitatea locală sau de efectele eforturilor de dezvoltare comunitară şi de comunicare eficientă cu alegătorii în alte organizaţii teritoriale. Performanţele electorale din judeţele Sălaj, Bihor, Satu Mare şi din Miercurea Ciuc (care au reuşit să compenseze cât de cât rezultatele slabe din restul judeţului Harghita) se

explică aparent în acest fel, iar în cazul judeţului Covasna, lipsa unor împrejurări de această natură a amplificat efectul mesajului electoral insuficient de mobilizator.

Perspective

Ce se poate întâmpla cu un partid etnic care după o experienţă de 12 ani de participare la guvernare nu mai este invitat să facă parte din coaliţia de guvernământ? Iată o întrebare interesantă.

Pe perioada celor trei mandate în decursul cărora UDMR a fost de partea puterii, comportamentul politic al Uniunii a avut câteva consecinţe remarcabile. S-au ameliorat simţitor relaţiile româno-maghiare; din spaţiul public românesc au dispărut treptat temele naţionaliste cu tentă antimaghiară; opinia publică s-a obişnuit cu ideea că participarea reprezentanţilor minorităţii maghiare la guvernarea ţării nu conduce la un dezastru naţional; s-a ameliorat situaţia economică şi infrastructurală a unor zone populate de maghiari şi membrii minorităţii au început să se simtă mai bine, existând indicii că în ultimii ani a crescut simţitor disponibilitatea cetăţenilor români de etnie maghiară să se identifice cu comunitatea politică din România (Veres, 2008).

Din punct de vedere organizaţional şi al resurselor umane, Uniunea a creat o elită politică pragmatică, orientată preponderent spre maximizarea voturilor, un corp de specialişti socializaţi în contextul puterii şi un aparat de partid cu o apreciabilă experienţă în administraţia de stat.

Au existat, evident, şi insuccese. În ceea ce priveşte situaţia drepturilor minorităţii maghiare, lucrurile nu au evoluat aproape deloc faţă de nivelul atins în 2001. Mai mult, experienţa punerii în aplicare a prevederilor legale existente a scos în evidenţă că regimul minorităţilor naţionale din România, aparent foarte generos, nu se bazează pe un larg consens naţional, ceea ce îi conferă o pronunţată vulnerabilitate la schimbările politice (Salat, 2008). În ansamblu, se poate afirma că nu s-au înregistrat progrese în chestiunea relaţiei controversate dintre statul român şi comunitatea maghiară, nereuşindu-se abordarea problemei instituţionalizării acestor relaţii în termeni adecvaţi. În consecinţă, pacea etnică despre care se poate vorbi pe bună dreptate azi în România nu are baze suficient de solide, bunele relaţii dintre români şi maghiari bazându-se în continuare pe evitarea sistematică a discutării subiectelor legate de aspectele politice delicate ale convieţuirii (Brubaker *et al.*, 2006).

În contextul relaţiilor din interiorul comunităţii maghiare, Uniunea, cu toate că şi-a văzut poziţiile consolidate, bucurându-se de sprijinul unei majorităţi confortabile a membrilor comunităţii, atât la alegerile parlamentare, cât şi la cele locale şi europarlamentare, a eşuat totuşi în restabilirea „unităţii" prin negocierea unui consens între organizaţiile şi grupurile de interese rivale.

Pornind de la acest bilanţ sumar al realizărilor şi nerealizărilor, există mai mulţi factori care trebuie luaţi în considerare în cântărirea evoluţiilor viitoare probabile.

Teoretic, prin intrarea în opoziţie, conducerea UDMR s-ar putea dedica unor priorităţi neglijate în perioada participării la guvernare: 1) restabilirea legăturilor şubrezite cu propriul electorat; 2) elaborarea unei strategii mai eficiente de comunicare cu majoritatea, care să permită includerea în agendă a problemelor nesoluţionate până acum; 3) abordarea problemei delicate a reformei în Uniune, în vederea adaptării structurii organizaţionale a acesteia la provocările previzibile ale viitorului.

Este însă puţin probabil că evoluţiile vor urma această logică. Pe termen scurt, dinamica lucrurilor va fi dictată cu siguranţă de interesele elitei pragmatice, socializate în mediile puterii, care nu va fi partener la nici un proiect ce nu se poate converti pe termen scurt în rezultatul maximizării voturilor. Alegerile care vor avea loc în anul 2009 vor favoriza, probabil, acest comportament, preocupările prioritare ale Uniunii rămânând în continuare cele electorale. În acest caz, prima problemă din lista de priorităţi de mai sus va rămâne inevitabil în atenţia elitei UDMR, dar spiritul în care ea va fi abordată va rămâne subordonat, în continuare, intereselor pe termen scurt.

Evoluţia elitei pragmatice ce domină în prezent Uniunea poate avea însă şi efecte mai puţin favorabile. Fiind principalul perdant al rămânerii în afara coaliţiei, UDMR ar putea deveni sursa unei radicalizări în două direcţii. Ar putea forţa, pe de o parte, alegeri interne, urmărind reaşezarea raporturilor de forţă în interiorul Uniunii. Această alternativă ar însemna abordarea problemei 3 din lista de priorităţi amintită mai înainte din perspectiva unor interese de grup, şi nu a intereselor pe termen lung ale comunităţii maghiare. Pe de altă parte, Uniunea s-ar putea pomeni propulsată de propria elită într-o spirală de supralicitare etnică, mai ales dacă actuala criză economică se va adânci şi se va prelungi, readucând pe agenda dezbaterii politice problema naţională.

Comportamentul UDMR ar putea fi influenţat, evident, şi de unele evoluţii ale scenei politice româneşti. În cazul în care coaliţia PSD – PD-L eşuează pe termen

scurt sau mediu şi Uniunea va fi invitată din nou la guvernare, lucrurile revin „la normal", iar priorităţile construcţiei strategice pe termen lung vor fi în continuare amânate. Unele iniţiative ale Preşedinţiei – care în ultima vreme a arătat semne evidente de interes pentru majoritarismul integrativ – pot crea şi ele situaţii în care Uniunea va fi forţată să-şi adapteze priorităţile. Deşi este puţin probabil, pe termen scurt şi mediu cel puţin, nu ar fi exclus ca la un moment dat să se renunţe la „diviziunea muncii" pe scena politicii cu baze etnice din România şi unele partide influente să-şi completeze programul cu capitole dedicate problemei minoritare şi interetnice. Lărgirea pieţei oportunităţilor ce ar putea rezulta din această deschidere ar fi, fără îndoială, o provocare majoră pentru UDMR. Iar în cazul fericit în care reforma administraţiei locale şi procesul de descentralizare vor continua, ar putea apărea o altă interesantă provocare privind nevoia unui nou echilibru între politica urmărită la nivel naţional şi cea de la nivel local.

Dacă putem exclude posibilitatea unor evoluţii nedorite, elita UDMR va descoperi cu siguranţă, mai devreme sau mai târziu, că obiectivele legitime pe care le urmăreşte în numele comunităţii maghiare din România necesită o mai abilă combinare a intereselor de moment cu cele pe termen lung. În situaţiile când interesele maghiarilor din zonele în care ei reprezintă majoritatea la nivel local sunt din ce în ce mai greu reconciliabile cu priorităţile celor care trăiesc în condiţii de minoritate efectivă, restabilirea legăturii pierdute cu electoratul este imposibilă fără o amplă reformă a organizaţiei. La fel cum nici bazele pe care sunt aşezate pe moment instituţiile colaborării cu majoritatea nu pot fi consolidate şi dezvoltate în continuare fără o investiţie strategică în colaborarea cu actorii influenţi ai scenei politice româneşti.

Bibliografie

Andreescu, Gabriel. 2000. Continuarea participării UDMR la guvernare – prima fază a democraţiei consensualiste româneşti? *Provincia*, 7.

Andreescu, Gabriel. 2001. *Ruleta. Români şi maghiari, 1990-2000*. Iaşi: Polirom.

Bakk, Miklós. 1999. Az RMDSZ elsö öt éve. În: BAKK Miklós – SZÉKELY István – TORÓ T. Tibor (eds.): Útközben. Pillanatképek az erdélyi magyar politika reformjáról. Miercurea Ciuc: Pro-Print.

Bakk, Miklós. 2008. *Politikai közösség és identitás*. Cluj: Komp-Press.

Brubaker, Rogers. 2006. *Nationalist Politics and Everyday Ethnicity în a Transylvanian Town*. Princeton: Princeton University Press.

Cohen, Frank S. 1997. Proportional versus majoritarian ethnic conflict management în democracies. *Comparative Political Studies*, 30 (5).

Cox, Gary W. 1987. Electoral Equilibria under Alternative Voting Institutions. *American Journal of Political Science*, 31.

Banducci, Susan A., Todd Donovan şi Feffrey A. Karp. 2004. Minority Representation, Empowerment and Participation. *The Journal of Politics*, 66 (2).

Bugajski, Janusz. 2002. *Political Parties in Eastern Europe. A Guide to Politics in the Post-Communist Era*. Armonk: M.E. Sharpe.

Chandra, Kanchan. 2004. *Why Ethnic Parties Succeed. Patronage and Ethnic Head Counts in India*. Cambridge: Cambridge University Press.

Chandra, Kanchan. 2005. Ethnic Parties and Democratic Stability. *Perspective son Politics*, 3 (2).

Cordell, Karl şi Stefan Wolff. 2004. The Ethnopolitical Encyclopaedia of Europe. England: Palgrave Macmillan.

Csata, István şi Tamás Kiss. 2007. *Népesedési perspektívák*. Cluj: Kriterion.

De Waele, Jean-Michel. 2002. *Partide politice şi democraţie în Europa Centrală şi de Est*. Bucureşti: Humanitas.

Horowitz, Donald L. 1985. *Ethnic Groups in Conflict*. Berkeley: University of California Press.

Ishiyama, John T. şi Marijke Breuning. 1998. *Ethnopolitics in the New Europe*. Boulder: Lynne Reiner Publishers.

Kántor, Zoltán. 2001. Consocierea în Ardeal. *Provincia*, 4.

Karklins, Rasma. 1994. *Ethnopolitics and transition to democracy. The Collapse of the USSR and Latvia*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Keating, Michael. 1996. Nations against the state. *The politics of nationalism in Quebec, Catalonia and Scotland*. New York: St. Martin's.

Kranz, Harry. 1976. *The participatory bureaucracy: Women and minorities in a more representative public service*. Lexington: Lexington Books.

Lijphart, Arend. 2002. *Democraţia în societăţi plurale*. Iaşi: Polirom.

Linz, Juan J. 1990. The Perils of Presidentialism. *Journal of Democracy*, iarna.

Lőrincz, József. 2008. A kolozsvári magyarok társadalma. *Regió*, 19 (2).

Mair, Peter. 1991. The Electoral Universe of Small Parties in Postwar Western Europe. În Ferdinand Müller-Rommel, Geoffrey Pridham. *Small Parties in Western Europe: Comparative and National Perspectives*. Londra: Sage Publications.

Meier, Kenneth J. 1975. Representative bureaucracy: An empirical analysis. *American Political Science Review*, 69.

Molnár, Gusztáv. 2000. Şansele democraţiei consociative în Transilvania. *Provincia*, 6.

Mungiu-Pippidi, Alina. 1999. *Transilvania subiectivă*. Bucureşti: Humanitas.

Müller-Rommel, Ferdinand. 1998. Ethnoregionalist parties in Western Europe: theoretical considerations and framework of analysis. În Lieven De Winter, Huri Türsan. *Regionalist Parties in Western Europe*. New York: Routledge.

Norris, Pippa. 2002. Ballots not bullets: testing consociational theories of ethnic conflict, electoral systems and democratization. În Andrew Reynolds. *The Architecture of Democracy*. Oxford: Oxford Universty Press.

Norris, Pippa. 2005. *Stable Democracy and Good Governance in Divided Societies: Do Powersharing Institutions Work?* Faculty Research Working Papers Series. Harvard University, JFK School of Government.

O'Flynn, Ian şi David Russel. 2005. *Power Sharing. New Challenges for Divided Societies*. Londra: Pluto Press.

Reynolds, Andrew. 2006. *Electoral systems and the protection and participation of minorities*. Minority Rights Group International.

Rothchild, Joseph. 1985. *Ethnopolitics. A Conceptual Framework*. New York: Columbia University Press.

Rudolph, Joseph R. şi Robert J. Thompson. 1985. Ethnoterritorial movements and the policy process: Accommodating nationalist demands in the developed world. *Comparative Politics*, 17 (3).

Salat, Levente. 2008. *Politici de integrare a minorităţilor naţionale din România. Aspecte legale şi instituţionale într-o perspectivă comparată*. Cluj: EDRC.

Selden, Selly Coleman. 1997. *The promise of the representative bureaucracy: Democracy and responsiveness in a government agency*. Armonk: M.E. Sharpe.

Selden, Selly Coleman şi Frank Selden. 2001. Rethinking Diversity in Public Organizations for the 21st Century. Moving Towards a Multicultural Model. *Administration & Society*, 33 (3).

Smith, Gordon. 1991. In Search of Small Parties: Problems of Definition, Classification and Significance. În Ferdinand Müller-Rommel, Geoffrey Pridham. *Small Parties in Western Europe: Comparative and National Perspectives*. Londra: Sage Publications.

Szász, Alpár Zoltán. 2001. Modele ale democraţiei în România – şanse şi realităţi. *Provincia*, 3.

Szász, Alpár Zoltán. 2003. The Electoral Success of Dominant Parties Representing the Hungarian Minority in Romania and Slovakia. *Regió*, 1.

Szilágyi, Sándor N.. 1991. Mi lesz veled. *RMDSZ ? Korunk*, 2.

Urwin, Derek. 1983. Harbinger, Fossil or Feable? „Regionalism" in the West European Party Mosaic. În Hans Daalder, Peter Mair. *Western European Party Systems: Continuity and Change*. Londra: Sage Publicatins.

Venice Commission (European Commission for Democracy through Law). 2000. *Electoral Law and National Minorities* (CDL-INF, 2000, 4).

Veres, Valér. 2008. Analiza comparată a identităţii minorităţilor maghiare din Bazinul Carpatic. Studii de atelier. *Cercetarea Minorităţilor Naţionale din România*, 2.

Zariski, Raphael. 1989. Ethnic Extremism among Ethno-territorial Minorities in Western Europe. *Comparative Politics*, 21 (3).

BCU IASI

Clujul alege Boc

Mircea Comşa

Introducere

Textul de faţă îşi propune să schiţeze o imagine a alegerilor locale 2008 din Cluj-Napoca şi judeţul Cluj. Dincolo de prezentarea şi comentarea rezultatelor oficiale, ne propunem o analiză mai profundă pe baza datelor culese de Metro Media Transilvania în cadrul unei cercetări de tip exit-poll realizate la comanda postului local de televiziune Realitatea TV. Cercetarea a constat în două anchete : prima (simularea) a vizat alegătorii din municipiul Cluj-Napoca şi judeţul Cluj, datele fiind culese în perioada 29-30 mai (eşantioanele au fost reprezentative pentru populaţiile de referinţă, chestionarele fiind aplicate prin metoda faţă-în-faţă, la domiciliile respondenţilor), iar a doua chiar în ziua alegerilor, la secţiile de votare. În cazul simulării, eşantioanele obţinute au avut 1.014 subiecţi (Cluj-Napoca), respectiv 1.728 (judeţul Cluj). Eşantioanele realizate în cadrul cercetării la urne au fost de 3.815 votanţi (Cluj-Napoca), respectiv 6.052 (judeţul Cluj). Numărul total de secţii de vot selectate a fost de 100, din care 50 în Cluj-Napoca.

Perspectiva propusă este în principal descriptivă, cu unele accente explicative. Principalele teme discutate în acest text se referă la interesul pentru politică şi campania electorală, notorietatea tipurilor de alegeri locale, evaluarea efectelor campaniei electorale, notorietatea şi încrederea în candidaţii la alegerile locale, prezenţa la vot, rezultatele oficiale ale celor patru tipuri de alegeri (primar, consiliul local, consiliul judeţean, preşedinte al consiliului judeţean), relaţiile şi influenţele dintre cele patru tipuri de alegeri. Datele cu privire la aceste teme vor fi prezentate comparativ pentru alegătorii/votanţii din Cluj-Napoca, respectiv judeţul Cluj. Înainte de a trece la discuţia cu privire la alegerile locale 2008, vom

face un scurt istoric al competiţiilor electorale şi o descriere a mediului politic din Cluj-Napoca, respectiv judeţul Cluj, după 1992.

După 1992, Cluj-Napoca a avut un singur primar: Gheorghe Funar. În mare, aceasta este principala şi singura realizare a fostului primar. În rest, „realizările" acestuia s-au redus la o serie de acţiuni îndreptate împotriva UDMR (montarea unei plăcuţe pe soclul statuii regelui Matei Corvin din Cluj, vopsirea diferitelor obiecte publice din oraş în culorile tricolorului, iluminarea oraşului în perioada sărbătorilor de iarnă doar cu beculeţe roşii, galbene şi albastre, schimbarea denumirilor de străzi care evocau memoria unor personalităţi ale culturii maghiare, organizarea unei parade mortuare pe străzile Clujului, procese intentate unor jurnalişti şi intelectuali, certuri nesfârşite cu Consiliul Local). Toate aceste acţiuni au avut drept efect izolarea municipiului Cluj-Napoca pe plan intern şi extern, o mare parte a oamenilor de afaceri evitând să investească în acest oraş. Mizând şi speculând frica de maghiari/UDMR, dar şi imaginea de „primar gospodar", în condiţiile unei populaţii în mare parte tradiţionale[1], Funar a reuşit totuşi să obţină trei mandate consecutive, propulsând şi partidul pe care îl reprezenta (PUNR, apoi PRM) în Consiliul Local. Astfel, în 1996, Funar a obţinut 51% din primul tur (candidatul CDR doar 37%), iar PUNR, 20%; în 2000 a obţinut 46% în primul tur şi 53% în al doilea (PRM, 22%); în 2004 a obţinut 22% din voturi, iar PRM, 21%. În fapt, declinul lui Funar şi al PRM a început în 2004, când acesta nu a mai intrat în turul 2 al alegerilor pentru primar, fiind devansat de Emil Boc (Alianţa DA) (33%) şi Ioan Rus (PSD) (40%), dar a fost pe deplin confirmat după primul mandat al lui Emil Boc, la alegerile locale din 2008. După cum se observă şi din rezultatele alegerilor locale, prezenţa lui Funar la conducerea Primăriei a influenţat în mare măsură votul pentru partide la nivelul municipiului, PUNR, respectiv PRM fiind net avantajate (după un mandat în care Funar nu a mai fost primar, nici el şi nici PRM nu au mai depăşit 5% din opţiunile de vot).

După 2000, nici un partid nu a avut majoritatea în Consiliul Local al Municipiului Cluj-Napoca şi nici în Consiliul Judeţean Cluj. În mandatul 2000-2004, ambele instituţii au fost marcate de o puternică fragmentare, principalele forţe politice fiind UDMR, PRM şi PSD (dreapta era compusă din PNL, PD şi CDR). În urma alegerilor din 2004, axei etnice (PRM-UDMR) i se adaugă una nouă, stânga-dreapta

1. În cele mai mari două cartiere, Mănăştur şi Mărăşti, trăieşte aproape jumătate din populaţia oraşului. Cea mai mare parte a acestor persoane sunt la cel mult a doua generaţie urbană, iar majoritatea sunt muncitori.

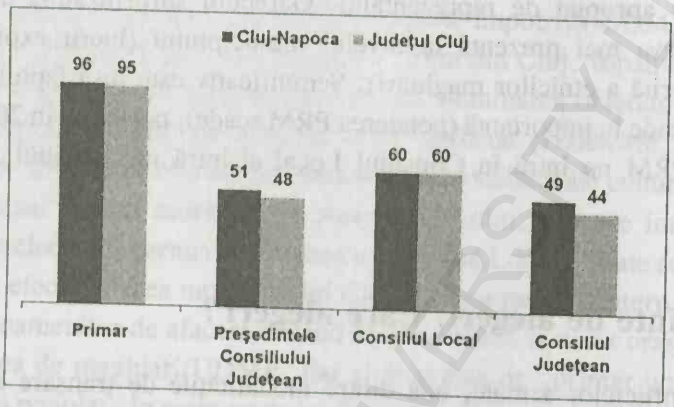
(DA-PSD), în urma coalizării forţelor de dreapta şi a ascendenţei PSD ca urmare a doi factori : guvernarea la nivel naţional şi propunerea unui candidat apreciat de alegători (Ioan Rus) în cursa pentru funcţia de primar al municipiului Cluj-Napoca. Cele două instituţii ajung astfel să fie compuse din patru forţe politice cu un număr relativ apropiat de reprezentanţi. Oarecum surprinzător, dimensiunea etnică este ceva mai prezentă la nivelul municipiului (lucru explicabil prin ponderea diferită a etnicilor maghiari). Semnificativ este însă faptul că această dimensiune scade în importanţă (ponderea PRM scade), pentru ca în 2008 aproape să dispară (PRM nu intră în Consiliul Local şi intră în Consiliul Judeţean la limită).

Peisaj înainte de alegeri. Care alegeri ?

În istoria conflictelor armate, una dintre modalităţile de tranşare a disputelor consta în înfruntarea directă a liderilor (sau a celor mai buni luptători) părţilor angajate în dispută. Trebuie însă adăugat că de-a lungul istoriei astfel de evenimente au fost mai degrabă excepţia decât regula. Similar, la nivelul percepţiei alegătorilor, competiţia electorală se identifică cel mai adesea cu o competiţie a celor mai buni, a liderilor politici. Aşa se întâmplă în cazul alegerilor generale, interesul pentru lupta dintre competitorii pentru funcţia de preşedinte fiind semnificativ mai mare comparativ cu lupta amorfă şi de gherilă a membrilor de partid. De asemenea sau chiar într-o măsură mai mare, alegerile locale pun în scenă în primul rând o dispută între lideri, rezultatul acesteia fiind cel mai adesea hotărâtor şi pentru restul competiţiilor electorale (Consiliul Local şi chiar Consiliul Judeţean).

Cele spuse anterior au un puternic suport în datele de anchetă produse de Metro Media Transilvania cu ocazia alegerilor locale din 2008 din Cluj-Napoca şi judeţul Cluj. Cu trei zile înainte de alegerile locale din 1 iunie 2008, i-am rugat pe cetăţenii care au intrat în eşantionul nostru să ne spună ce fel de alegeri locale au loc, fără a le oferi variante de răspuns (notorietate neasistată). Dacă alegătorii ofereau un răspuns, erau întrebaţi în continuare : „Se mai alege şi altceva ? /Ce se mai alege ? /Mai sunt şi alte alegeri ? ", pentru a le oferi posibilitatea să enumere toate tipurile de alegeri locale de care au auzit, nu doar pe cele mai vizibile, cele care le vin prima dată în minte. Majoritatea specialiştilor ar spune că întrebarea este una uşoară, chiar şi în varianta ei neasistată, aşteptările fiind ca majoritatea

alegătorilor să ofere cel puţin două sau trei răspunsuri corecte: alegeri pentru primar, consiliul local şi consiliul judeţean. Dată fiind „noutatea"[1] funcţiei de preşedinte al consiliului judeţean, probabil mai puţini cetăţeni ar menţiona şi acest tip de alegeri. Rezultatele obţinute arată însă că situaţia este cu totul alta:



* Eşantion Cluj-Napoca (simulare exit-poll, MMT, 28-29 mai 2008).
** Eşantion judeţul Cluj (simulare exit-poll, MMT, 28-29 mai 2008).

Figura 1. *Din câte ştiţi dumneavoastră, duminica viitoare, pe 1 iunie, ce fel de alegeri locale au loc ?*

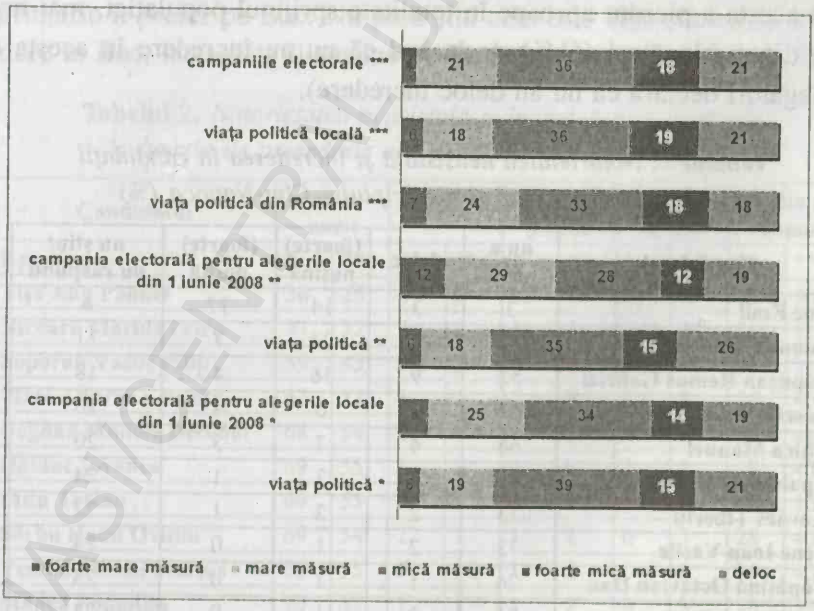
Dacă aproape toate persoanele cu drept de vot ştiu că vor avea loc alegeri pentru primar, doar aproximativ jumătate precizează şi celelalte tipuri de alegeri. Doar aproximativ o treime din electorat (34% în Cluj-Napoca, 32% în judeţul Cluj) menţionează toate cele patru tipuri de alegeri locale. Mai mult, pentru o cincime dintre alegători, alegerile locale se reduc doar la alegerea primarului, pentru o şesime (13% în Cluj-Napoca, 16% în judeţ) la alegerea primarului şi a consilierilor locali, iar 3-4% dintre alegători nu pot menţiona nici un tip de alegeri locale.

1. Începând cu alegerile locale din 2008, preşedintele consiliului judeţean este ales prin vot direct, într-un singur tur, de către cetăţenii cu drept de vot (anterior era ales prin vot direct de către membrii consiliului judeţean).

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Interesul pentru politică şi campania electorală

Informarea relativ scăzută cu privire la tipurile de alegeri care au loc este în cea mai mare parte rezultatul lipsei de interes pentru politică în general, dar şi pentru campania electorală. Astfel, destul de puţini clujeni declară că sunt interesaţi (în mare sau foarte mare măsură) de viaţa politică în general (24-25%). Situaţia observată nu este deloc una particulară, ea regăsindu-se aproximativ la fel şi la nivel naţional. Însă, comparativ cu alte ţări ale UE, nivelul interesului declarat pentru politică al alegătorilor din România este ceva mai redus (Comşa, 2006, p. 139). Pe de altă parte, comparativ cu interesul general pentru politică, interesul pentru campania electorală de la alegerile locale din iunie 2008 este ceva mai ridicat (33-41%). Această diferenţă este semnificativ mai mare în cazul populaţiei din judeţ (+17%) comparativ cu cea din Cluj-Napoca (+8%). Ponderea celor care declară că nu sunt interesaţi (deloc) de campanie/politică, indiferent de populaţia de referinţă, este în jur de 20%.



* Eşantion Cluj-Napoca (simulare exit-poll, MMT, 28-29 mai 2008).
** Eşantion judeţul Cluj (simulare exit-poll, MMT, 28-29 mai 2008).
*** Eşantion naţional la nivel urban (BOP, Fundaţia Soros, mai 2005).

Figura 2. *Interesul pentru viaţa politică şi campaniile electorale (%)*

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Candidaţii: notorietate şi încredere

Indiferent că este vorba despre candidaţii la funcţia de primar al municipiului Cluj-Napoca sau la cea de preşedinte al consiliului judeţean, notorietatea neasistată a majorităţii acestora este scăzută. Astfel, relativ la candidaţii pentru primar, cu excepţia lui Emil Boc (primarul în funcţie, 97%), singurul candidat care depăşeşte pragul de cunoaştere de 50% este fostul primar Gheorghe Funar (78%). Restul candidaţilor sunt cunoscuţi de maximum 25-30% din populaţie sau cel mult 48% (candidatul PSD, Remus Lăpuşan). Foarte probabil, chiar şi aceste valori sunt oarecum supraestimate, dat fiind că 20-25% din totalul alegătorilor încă nu pot aprecia câtă încredere au în aceşti candidaţi (arată faptul că nu ştiu mai nimic despre ei, cu excepţia numelui). În aceste condiţii, nu trebuie să ne mire victoria detaşată din primul tur a lui Emil Boc, mai ales dacă avem în vedere şi nivelul foarte mare de încredere a populaţiei în acesta (77% din totalul alegătorilor au încredere mare şi foarte mare). În raport cu fostul primar, Funar, trebuie remarcat faptul că acesta a pierdut aproape în totalitate sprijinul populaţiei, mai mult de jumătate dintre alegători (61%) declarând că nu au încredere în acesta (37% dintre alegători declară că nu au deloc încredere).

Tabelul 1. *Notorietatea neasistată şi încrederea în candidaţii la funcţia de primar al municipiului Cluj-Napoca (%)*

Candidatul	nu a auzit	deloc	(foarte) puţină	(foarte) multă	nu ştiu/ nu răspund
Boc Emil	3	3	14	77	4
Funar Gheorghe	22	37	24	7	11
Lăpuşan Remus Gabriel	52	9	16	4	18
László Attila	62	7	6	4	20
Chira Manuel	66	4	7	3	20
Apahidean Dorin	71	2	3	1	24
Kovács Tiberiu	73	2	2	1	22
Ţene Ioan Vasile	73	2	1	0	24
Căpăţînă Octavian Dan	74	1	1	0	23
Dan Horea Stelian	74	2	1	0	23
Mudura Valentin	74	1	1	0	24
Nistor Angela	74	1	1	0	23
Vernea Candit	75	1	0	0	24

* Eşantion Cluj-Napoca (simulare exit-poll, MMT, 28-29 mai 2008).

În ceea ce priveşte candidaţii pentru funcţia de preşedinte al consiliului judeţean, situaţia este ceva mai echilibrată din punctul de vedere al notorietăţii, existând trei candidaţi cu o notorietate mai mare de 50% : Alin Tişe (PD-L), Marius Nicoară (PNL) şi Vasile Soporan (PSD). Chiar şi în cazul acestora există însă o pondere ridicată a alegătorilor (30-36%) care nu declară sau nu pot evalua nivelul de încredere (semn şi al lipsei de informaţii). Restul candidaţilor sunt aproape inexistenţi la nivelul percepţiei publice. Date fiind diferenţele de notorietate şi încredere, singurii candidaţi care au avut şanse au fost în realitate doar Tişe şi Nicoară (de altfel, au fost şi singurii care au avut un sold pozitiv de încredere). Ponderea alegătorilor care declară că au încredere (mare sau foarte mare) în aceşti doi candidaţi este foarte apropiată la nivel de judeţ, dar clar în favoarea lui Tişe (+9%), dacă ne raportăm doar la alegătorii din Cluj-Napoca. Cu toate acestea, ponderea voturilor obţinută de Tişe la nivel de judeţ a fost mult mai mare (38%, deci cu 11% mai mult decât nivelul de încredere), creşterea fiind rezultatul a doi factori : diferenţa dintre structura alegătorilor şi cea a votanţilor, respectiv acordarea votului pe baza asocierii candidatului Tişe cu alţi candidaţi importanţi ai PD-L şi/sau cu PD-L (mai simplu spus, raţionamentul unei părţi a votanţilor poate lua forma următoare : „La primărie îl prefer pe Boc. Nu prea ştiu cine este Tişe şi ce-a făcut, dar am încredere în Boc, iar acesta îl susţine pe Tişe. Prin urmare, votez cu Tişe").

Tabelul 2. *Notorietatea neasistată şi încrederea în candidaţii la funcţia de preşedinte al Consiliului Judeţean Cluj (%)*

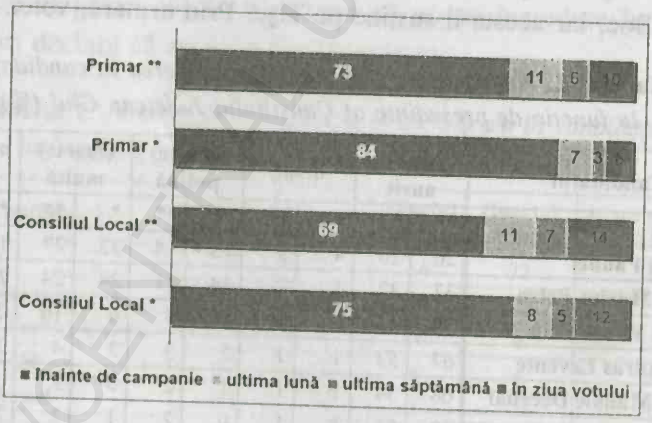
Candidatul	nu a auzit		deloc		(foarte) puţină		(foarte) multă		nu ştiu / nu răspund	
Eşantion	*	**	*	**	*	**	*	**	*	**
Tişe Alin Păunel	26	26	4	3	18	14	33	27	19	30
Nicoară Marius Petre	37	32	4	2	14	11	24	24	20	31
Soporan Vasile Filip	59	45	3	2	6	6	6	10	26	36
Máté Andras Levente	67	53	1	1	2	3	3	4	28	40
Bogdan Manole Decebal	68	54	1	1	1	2	0	2	30	41
Haiduc Iovanca	69	55	1	1	0	2	1	2	29	40
Mitu Traian	69	55	1	1	1	2	0	2	28	40
Sârbu Radu Ovidiu	69	54	2	1	1	2	0	3	28	40
Vescan Mihail Marius	69	55	1	1	1	2	0	2	29	40
Manea Pompiliu	70	55	1	1	1	2	0	3	28	39
Oros Gheorghe	70	55	1	1	1	1	1	3	28	40
Ursuţiu Radu Răzvan	70	55	1	1	0	1	1	3	28	40

* Eşantion Cluj-Napoca (simulare exit-poll, MMT, 28-29 mai 2008).

** Eşantion judeţul Cluj (simulare exit-poll, MMT, 28-29 mai 2008).

Campania electorală

Indiferent de alegeri, cel mai adesea, deciziile de vot ale populaţiei (cu cine vor vota) sunt luate înainte de începerea campaniei electorale (Finkel, 1993 ; Denver, 2003 ; Comşa, 2004 ; Comşa şi Rotariu, 2005). Alegerile locale 2008 din Cluj nu fac excepţie de la această regulă. Astfel, indiferent de obiectul alegerii sau de aria de referinţă (judeţ sau municipiu), 70% sau chiar mai mulţi dintre votanţi declară că s-au hotărât cu cine vor vota înainte de campanie. Restul de 30% iau decizia în campania electorală, o parte dintre aceştia (aproximativ 10% din totalul votanţilor) chiar în ziua votului. Datele prezentate arată că ponderea celor care au luat decizia de vot înainte de campania electorală este mai mare în cazul votanţilor din Cluj-Napoca comparativ cu cei din judeţul Cluj, respectiv mai mare în cazul alegerii primarului comparativ cu alegerea consilierilor locali (partidelor). Campania electorală a contat cel mai puţin în determinarea opţiunii de vot în cazul votanţilor pentru funcţia de primar al municipiului Cluj-Napoca (84% dintre votanţi s-au hotărât cu cine vor vota înainte de campanie).

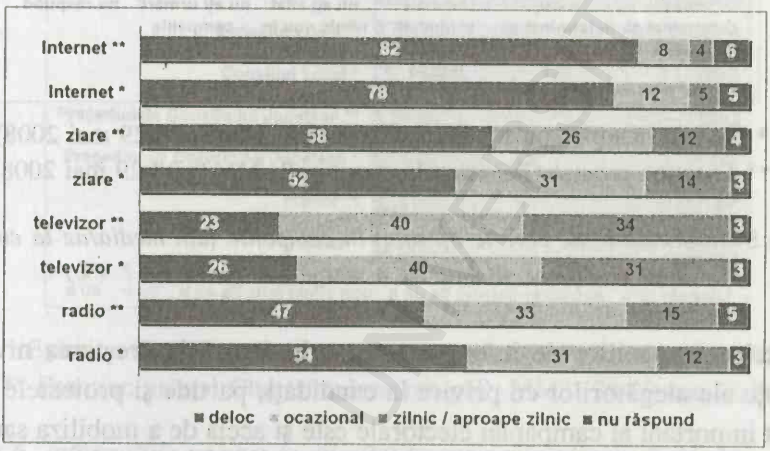


* Eşantion Cluj-Napoca (exit-poll, MMT, 1 iunie 2008).
** Eşantion judeţul Cluj (exit-poll, MMT, 1 iunie 2008).

Figura 3. *Când v-aţi hotărât cu ce partid să votaţi pentru consiliul local/candidat să votaţi pentru primar ? (%)*

Diferă ponderea celor care au luat decizia de vot înainte de campanie în funcţie de candidaţi/partide ? Datele culese la nivelul municipiului Cluj-Napoca

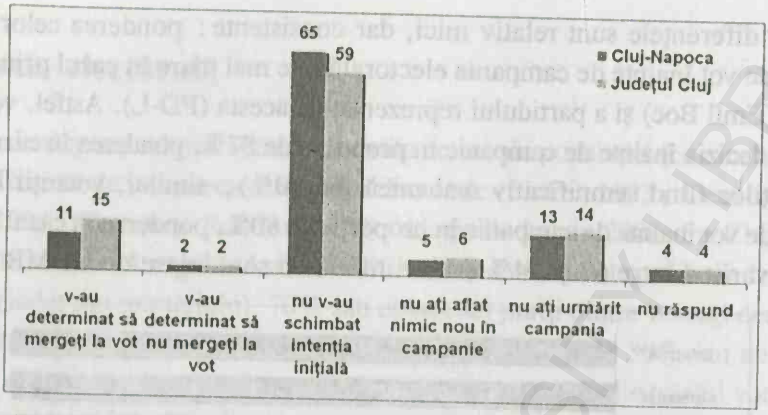
arată că diferenţele sunt relativ mici, dar consistente: ponderea celor care iau decizia de vot înainte de campania electorală este mai mare în cazul primarului în funcţie (Emil Boc) şi a partidului reprezentat de acesta (PD-L). Astfel, votanţii lui Boc iau decizia înainte de campanie în proporţie de 87%, ponderea în cazul contracandidaţilor fiind semnificativ mai mică (65-70%); similar, votanţii PD-L iau decizia de vot înainte de campanie în proporţie de 80%, ponderea în cazul celorlalte partide variind între 60 şi 74% (valori mai mari sunt atinse de UDMR şi PNL).



* Eşantion Cluj-Napoca (simulare exit-poll, MMT, 28-29 mai 2008).
** Eşantion judeţul Cluj (simulare exit-poll, MMT, 28-29 mai 2008).

Figura 4. *În această campanie aţi urmărit emisiunile electorale/aţi citit articole pe teme electorale/politice... ? (%)*

Interesul declarat pentru politică, precum şi consumul de politică cresc în campaniile electorale comparativ cu alte perioade (Comşa, 2006). Care este însă ponderea celor care urmăresc materiale cu conţinut politic (în diferite tipuri de media)? Aproximativ 60% din populaţia de referinţă (Cluj-Napoca sau judeţul Cluj) nu se informează sistematic (zilnic sau aproape) despre politică din nici un tip de media, 22% se informează din unul singur, iar restul din două sau mai multe. Mijloacele de informare preferate sunt, în ordine descrescătoare: televizorul (aproximativ o treime urmăresc zilnic/aproape zilnic emisiuni politice la televizor), radioul (12-15%), ziarele (12-14%) şi Internetul (4-5%). Raportat la aceste aspecte, diferenţele dintre municipiul Cluj-Napoca şi judeţul Cluj sunt mai degrabă mici (radioul e ceva mai preferat la nivelul judeţului, iar ziarele şi Internetul în municipiu).



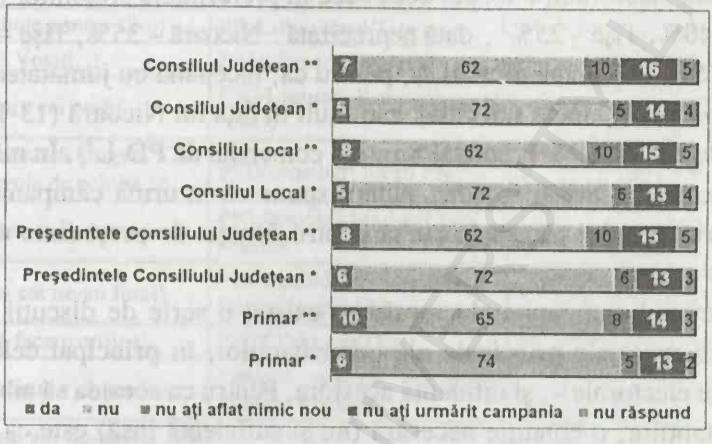
* Eşantion Cluj-Napoca (simulare exit-poll, MMT, 28-29 mai 2008).
** Eşantion judeţul Cluj (simulare exit-poll, MMT, 28-29 mai 2008).

Figura 5. *Informaţiile pe care le-aţi aflat în campanie (din media/de la cunoscuţi) v-au modificat intenţia de a merge sau nu la vot ? (%)*

Efectele campaniilor de informare nu se limitează la creşterea nivelului de cunoştinţe ale alegătorilor cu privire la candidaţi, partide şi proiectele acestora. Un efect important al campaniei electorale este şi acela de a mobiliza sau, dimpotrivă, demobiliza o parte a alegătorilor să meargă la vot (Lazarsfeld, Berelson şi Gaudet, 1944 [2004]; Campbell, 2000). Influenţa este evidenţiată de cea mai mare parte a studiilor panel (aceleaşi persoane, investigate în raport cu aceleaşi comportamente, la momente diferite). Date fiind resursele limitate, în cadrul cercetării noastre, influenţa informaţiilor obţinute în campania electorală (din media sau din discuţii) asupra intenţiei de a merge sau nu la vot a fost măsurată la nivel declarativ, fiind autoestimată de către respondenţi. Pe baza răspunsurilor acestora putem estima că aproximativ 11-15% dintre alegători au fost influenţaţi să meargă la vot, 2% să nu meargă, 59-65% nu şi-au schimbat intenţia iniţială, 5-6% nu au aflat ceva nou în campanie, iar 13-14% nu au urmărit deloc campania. Prin urmare, putem vorbi despre un efect net pozitiv al campaniei asupra ratei de participare : în absenţa campaniei, ponderea celor care s-ar fi prezentat la urne ar fi fost mai mică cu 9-13%. Efectul pozitiv al mediei şi al discuţiilor despre politică pare să fie ceva mai mare la nivelul judeţului comparativ cu municipiul.

Efectul campaniei electorale asupra opţiunilor de vot (măsurat tot pe baza autoestimărilor alegătorilor) este relativ mai mic. În funcţie de tipul alegerilor şi de populaţia de referinţă, acest efect poate avea valori între 5 şi 10% din totalul

alegătorilor. În medie, efectul este mai mic în cazul alegătorilor din municipiul Cluj-Napoca (5-6%) comparativ cu cei din judeţul Cluj (7-10%). Dacă ne raportăm doar la votanţii declaraţi, aceste procente cresc la 7-8%, respectiv 9-13% sau chiar ceva mai mult când avem în vedere doar votanţii efectivi.



* Eşantion Cluj-Napoca (simulare exit-poll, MMT, 28-29 mai 2008).
** Eşantion judeţul Cluj (simulare exit-poll, MMT, 28-29 mai 2008).

Figura 6. *Informaţiile pe care le-aţi aflat în campanie (din media/de la cunoscuţi) v-au modificat opţiunea de vot pentru... ? (%)*

Opţiunile de vot modificate în urma campaniei electorale nu se distribuie în mod egal între candidaţi şi partide. Tendinţa observată este ca aceste voturi să se îndrepte proporţional cu voturile care s-ar fi obţinut înainte de campania electorală. Prin urmare, partidele şi candidaţii cu o pondere mai mare în opţiunile electoratului beneficiază într-o măsură mai mare de opţiunile de vot care se modifică în timpul campaniei. Astfel, dintre cei care şi-au modificat opţiunea de vot pentru funcţia de preşedinte al consiliului judeţean, aproximativ 42% s-au îndreptat spre candidatul PD-L Alin Tişe, iar un sfert spre candidatul PNL Marius Nicoară; la nivelul consilierilor judeţeni, principalii beneficiari au fost de asemenea PD-L (43% dintre cei care şi-au modificat opţiunea) şi PNL (19%). Dacă avem în vedere doar municipiul Cluj-Napoca, se constată că majoritatea influenţelor pozitive ale campaniei electorale au fost în favoarea lui Emil Boc şi PD-L. Reamintim faptul că voturile nete obţinute de partide şi candidaţi în campanie au o pondere apropiată de ponderea acestora în opţiunile de vot. Mai

simplu spus, ponderea voturilor pentru partide/candidaţi nu a fost influenţată semnificativ de campania electorală. Această afirmaţie corespunde cel mai adesea realităţii, dar în cazul acestor alegeri există o mare excepţie: competiţia pentru funcţia de preşedinte al consiliului judeţean. Conform unor sondaje realizate înainte de campania electorală, Nicoară conducea în preferinţele clujenilor (5-9 aprilie: Nicoară – 40%, Tişe – 25%[1]; dată neprecizată: Nicoară – 35%, Tişe – 29% într-un sondaj CCSB, comandat de PNL[2]), pentru ca, începând cu jumătatea campaniei, Tişe să aibă cinci puncte sau chiar mai mult în faţa lui Nicoară (13-18 mai, 29% Tişe faţă de 24% Nicoară, sondaj Simtex, comandat de PD-L[3]). În măsura în care aceste date sunt reale şi corecte, putem spune că în urma campaniei electorale ordinea primilor doi clasaţi în cursa pentru funcţia de preşedinte al consiliului judeţean s-a inversat.

Pe parcursul campaniei electorale au existat o serie de discuţii în media în legătură cu mesajele principale ale combatanţilor, în principal cele sintetice – sloganurile electorale –, şi influenţa acestora. Pentru ca acestea să aibă o influenţă asupra votanţilor, o condiţie necesară (nu şi suficientă însă) este ca respectivele sloganuri să ajungă la populaţie, să fie cunoscute măcar într-o formă aproximativă. Cu mici excepţii, acest lucru nu se întâmplă în realitate. Astfel, majoritatea alegătorilor (excepţie PD-L, însă doar în cazul unuia dintre mesaje) nu pot asocia partidul şi sloganul utilizat de acesta în campanie! „Faptele vorbesc", sloganul principal al PD-L, Emil Boc şi Alin Tişe, are cea mai mare notorietate (52% în municipiu şi 34% în judeţ). Pe locul secund se situează un slogan al aceluiaşi partid/aceloraşi candidaţi: „Facem ce trebuie pentru Cluj!". Jocul de cuvinte propus de Gheorghe Funar, „Vreţi Primar? Votaţi Funar!" (subiecţilor nu le-a fost citit numele candidatului) este identificat corect de 25% din populaţia municipiului, iar „Mai bine pentru cei mulţi" (PSD/Remus Lăpuşan/Vasile Soporan) de 17% (15% la nivelul judeţului). Oarecum surprinzător, mesajul PNL/Marius Nicoară „Experienţă. Rezultate. Maturitate" este identificat corect de doar 9% dintre alegători.

1. http://www.ziuadecj.ro/action/article?ID=11446.
2. http://www.ftr.ro/sondaje-colorate-politic-4023.php.
3. http://www.alintise.ro/PD-L/Presa/%C3%8Enainte-cu-o-s%C4%83pt%C4%83m%C3%A2n%C4%83.....html.

Tabelul 3. *Din câte ştiţi dumneavoastră, cărui partid sau candidat îi aparţin următoarele sloganuri electorale ? (%)*

Sloganul	Răspunsuri considerate corecte	Corect		Incorect		NŞ/NR	
		*	**	*	**	*	**
Faptele vorbesc!	PD-L/Boc Emil/Tişe Alin	52	34	7	10	41	56
Facem ce trebuie pentru Cluj!	PD-L/Boc Emil/Tişe Alin	32	28	18	14	50	57
Vreţi primar? Votaţi...!	PRM/Funar Gheorghe	25	16	9	10	66	74
Mai bine pentru cei mulţi.	PSD/Lăpuşan Remus/Soporan Vasile	17	15	13	13	70	72
Bogaţii se descurcă singuri. Cei-lalţi avem nevoie de echipa...!	PSD/consilieri locali PSD	9	11	13	12	79	77
Experienţă. Rezultate. Maturitate.	PNL/Nicoară Marius/Chira Manuel	9	9	12	11	80	80
Ne-am săturat cât ne-au furat!	PIN/Apahidean Dorin/Vescan Mihail	5	6	11	11	84	84
Începem?! Să facem ordine!	PNŢCD/Horea Dan	3	2	13	13	84	85
Un primar al tuturor clujenilor	Partidul Alianţa Socialistă/ Mudura Valentin	1	2	13	13	86	85
În primii şapte ani de-acasă/ Am învăţat de la părinţi/ Că omenia-i floare-aleasă/ Ce nu se vinde pe arginţi.	Guia Valentin Marian	1	2	6	7	93	92

* Eşantion Cluj-Napoca (simulare exit-poll, MMT, 28-29 mai 2008).

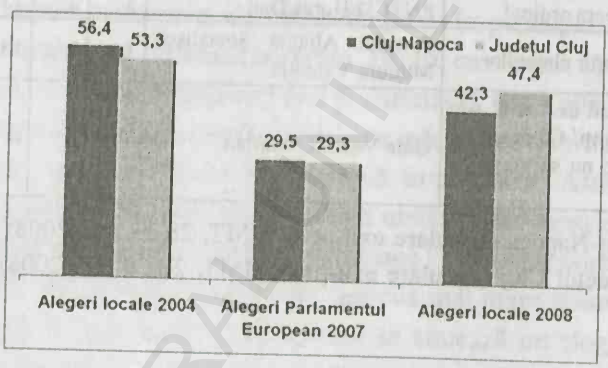
** Eşantion judeţul Cluj (simulare exit-poll, MMT, 28-29 mai 2008).

Ziua lui Boc

Rezultatele înregistrate la alegerile locale din Cluj-Napoca au avut efect nu doar asupra configuraţiei instituţiilor politice la nivelul municipiului, ci şi la nivelul judeţului Cluj. Performanţa la Primăria Cluj-Napoca a lui Emil Boc, cel puţin la nivelul percepţiei populaţiei, a crescut semnificativ ponderea voturilor obţinute de PD-L în Cluj-Napoca şi judeţul Cluj (direct, prin ponderea mare a voturilor obţinute la nivelul municipiului, dar şi indirect, prin contagiune), precum şi a candidatului acestui partid, Alin Tişe, la funcţia de preşedinte al consiliului judeţean. Datele prezentate în continuare urmăresc să susţină şi să dezvolte aceste afirmaţii.

Prezenţa la vot

După cum era de aşteptat, rata de prezenţă la vot la alegerile locale din 2008 a fost semnificativ mai mare (+13 puncte procentuale în Cluj-Napoca, +18 în judeţul Cluj) comparativ cu alegerile pentru Parlamentul European. Însă, dacă luăm ca punct de reper alegerile locale din 2004, tendinţa este una descendentă. Astfel, scăderea este de 14 puncte procentuale în municipiul Cluj-Napoca, respectiv 6 în judeţ. Competiţia strânsă din 2004 pentru funcţia de primar al municipiului Cluj-Napoca a fost cea care a crescut prezenţa la vot astfel încât să o depăşească pe cea din judeţ. Similar, lipsa unei competiţii reale, anticiparea câştigătorului de către majoritatea populaţiei[1], a fost cea care a contribuit în mare măsură la abţinerea de la vot a unei părţi a alegătorilor.



* Date oficiale (BEC).

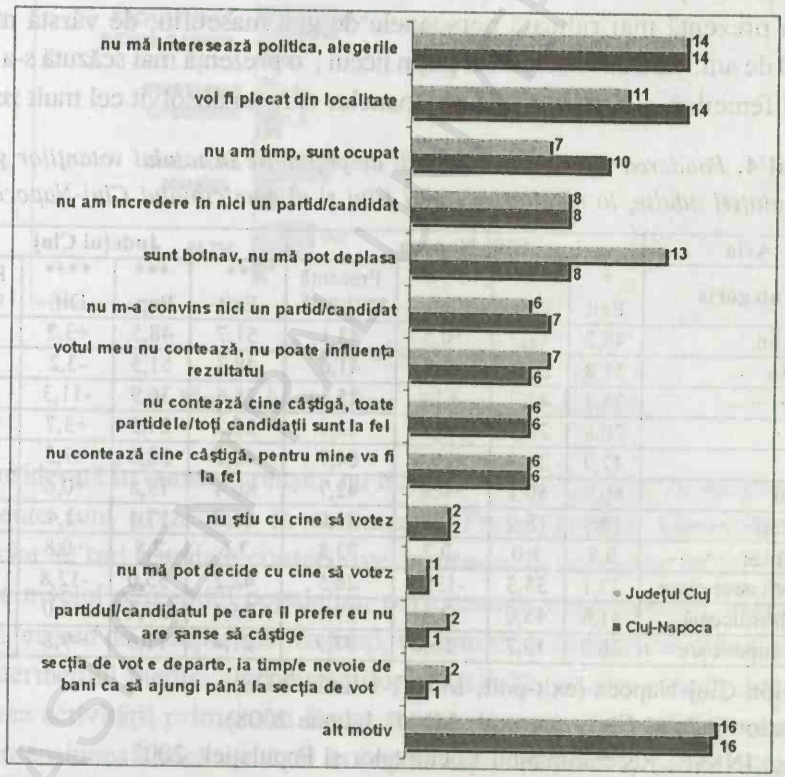
Figura 7. *Participarea la vot în Cluj-Napoca şi judeţul Cluj: 2004-2008*

O parte din scăderea participării la vot este doar aparentă, fiind rezultatul a două fenomene, în parte legate: calitatea deficitară a listelor electorale şi creşterea numărului emigranţilor (definitivi şi temporari). Ambele situaţii acţionează în aceeaşi direcţie, mărind baza de raportare, populaţia adultă cu drept de vot mai exact, având drept efect o scădere mai mare a ratei de prezenţe la vot măsurate de BEC decât a avut loc în realitate.

1. 84% dintre alegătorii din Cluj-Napoca se aşteptau înainte cu trei zile de alegeri ca Emil Boc să fie ales primar (11% nu au răspuns sau au declarat că nu ştiu cine va câştiga, iar 5% au indicat un alt candidat).

Faptul că aproximativ jumătate sau chiar mai mult din persoanele cu drept de vot nu au votat este însă o realitate. Principalele cauze ale absenţei de la vot sunt:

- lipsa interesului pentru politică în general şi pentru campania electorală în particular: aproximativ o treime din alegători declară că sunt foarte puţin/ deloc interesaţi de viaţa politică sau de campania electorală;
- starea de sănătate precară a unei părţi a alegătorilor: aproximativ 5-6% (mai mulţi la nivel de judeţ) sunt prea bolnavi pentru a se deplasa la secţia de vot;
- mobilitatea: aproximativ 5-6% dintre alegători sunt plecaţi din localitatea de reşedinţă în ziua alegerilor;
- emigrarea: aproximativ 5-6% dintre alegătorii care apar pe listele electorale sunt plecaţi în străinătate.



* Eşantion Cluj-Napoca (simulare exit-poll, MMT, 28-29 mai 2008).
** Eşantion judeţul Cluj (simulare exit-poll, MMT, 28-29 mai 2008).

Figura 8. *Care sunt principalele două motive pentru care nu veţi vota ? (% raportate la cei care au declarat că probabil/sigur nu merg la vot) (întrebare închisă; răspunsuri cumulate)*

Dincolo de aceste cauze structurale, sunt interesante şi motivele oferite de cei care au declarat înainte de alegeri că nu vor vota. Regăsim din nou, printre principalele motive, lipsa interesului pentru politică/alegeri, mobilitatea spaţială, starea de boală, lipsa timpului, dar şi motive precum influenţa percepută a votului redusă, neîncrederea în partide/candidaţi, neperceperea unei legături între politic şi traiul propriu, imposibilitatea de a se decide cu cine să voteze, şansele nule de a câştiga alegerile partidului/candidatului preferat.

Prezenţa la vot a diferit nu doar în funcţie de aria considerată (municipiul Cluj-Napoca *versus* judeţul Cluj), ci şi în funcţie de unele caracteristici socio-demografice ale populaţiei. Astfel, la nivelul municipiului Cluj-Napoca, prezenţa la vot a fost mai mare în cazul persoanelor în vârstă, mai educate[1], respectiv mai scăzută în cazul persoanelor tinere, mai puţin educate. Raportat la judeţ, se caracterizează printr-o prezenţă mai ridicată persoanele de gen masculin, de vârstă medie sau peste 50 de ani, care au absolvit cel puţin liceul ; o prezenţă mai scăzută s-a remarcat în cazul femeilor, al tinerilor şi al persoanelor care au absolvit cel mult zece clase.

Tabelul 4. *Ponderea diferitelor categorii de populaţie în totalul votanţilor şi totalul populaţiei adulte, la nivelul judeţului Cluj şi al municipiului Cluj-Napoca (%)*

Aria	Cluj-Napoca				Judeţul Cluj			
Categoria	* Exit	*** Pop.	**** Dif.	Prezenţă estimată	** Exit	*** Pop.	**** Dif.	Prezenţă estimată
masculin	48,2	47,3	+0,5	43,1	51,7	48,5	+3,2	50,5
feminin	51,8	52,7	-0,5	41,6	48,3	51,5	-3,2	44,5
18-34	25,3	42,7	-17,4	25,1	25,6	36,9	-11,3	32,9
35-49	26,8	26,1	+0,7	43,4	28,2	24,5	+3,7	54,6
50+	47,9	31,3	+16,6	64,7	46,1	38,6	+7,5	56,6
români	80,9	80,1	+0,8	42,7	80,4	79,8	+0,6	47,8
maghiari	18,3	18,9	-0,6	41,0	16,0	17,4	-1,4	43,6
altă etnie	0,8	1,0	-0,2	33,8	3,6	2,8	+0,8	60,9
cel mult zece clase	22,1	35,3	-13,2	26,5	42,2	55,0	-12,8	36,4
liceu/postliceală	41,6	45,0	-3,4	39,1	36,4	33,4	+3,0	51,7
studii superioare	36,3	19,7	+16,6	77,9	21,4	11,6	+9,8	87,4

* Eşantion Cluj-Napoca (exit-poll, MMT, 1 iunie 2008).

** Eşantion judeţul Cluj (exit-poll, MMT, 1 iunie 2008).

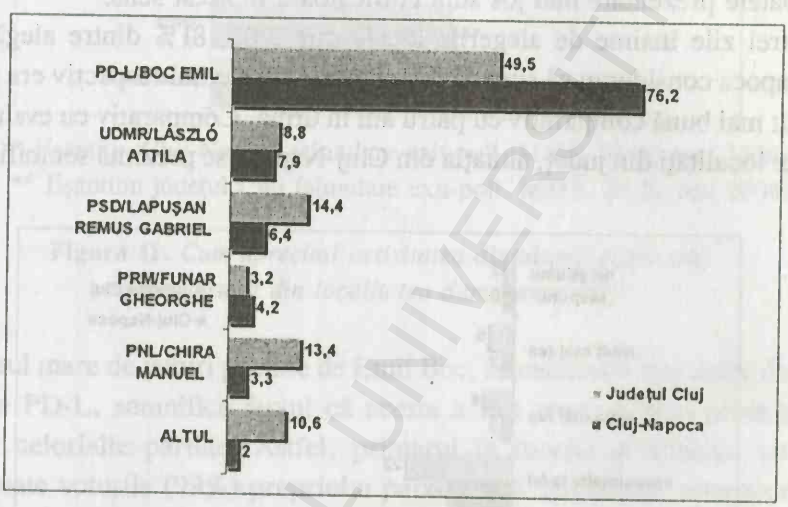
*** Date INSSE, Recensământul Locuinţelor şi Populaţiei, 2002.

**** Diferenţa dintre ponderea categoriei în eşantionul de la exit *versus* populaţie adultă.

1. În cazul persoanelor cu studii superioare este foarte posibil ca rata de prezenţă la vot să fie supraestimată ca urmare a disponibilităţii relativ mai mari a acestei categorii de votanţi de a participa la interviu (reciproc, participarea celor cu educaţie scăzută este

Votul pentru primar

Faptul că Emil Boc a câştigat alegerile pentru funcţia de primar al municipiului Cluj-Napoca nu a fost o surpriză. Surprinzătoare este însă victoria categorică, încă din primul tur, cu un procent foarte ridicat. Rezultatele oficiale sunt concludente în acest sens :



* Date oficiale (BEC).

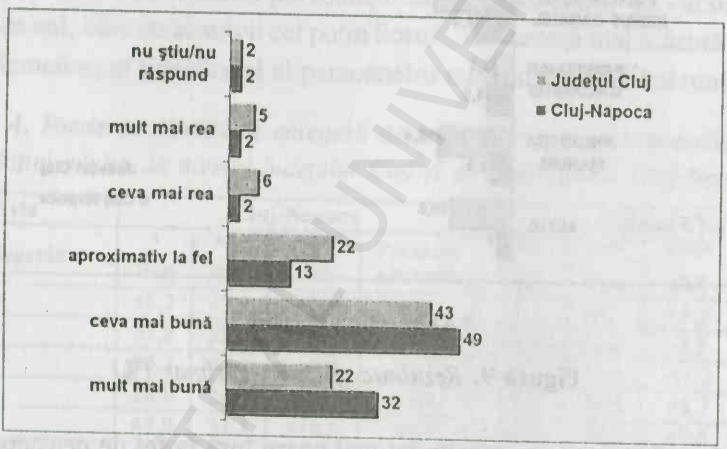
Figura 9. *Rezultate oficiale – primar (%)*

Considerată în context, reuşita nu mai apare însă la fel de neaşteptată. Câteva argumente sunt prezentate în continuare. Fostul primar, Gheorghe Funar, a beneficiat de trei mandate consecutive de primar în condiţiile în care a avut, cel puţin la nivelul percepţiei populaţiei, performanţe administrative reduse. Lipsea însă un termen de comparaţie. În timp, ca urmare a contactului direct şi indirect, prin intermediul mediei şi al discuţiilor cu ceilalţi, cu alte situaţii din localităţi, evaluarea activităţii primarului Funar a devenit tot mai negativă (în contextul în care dimensiunea etnică a scăzut în importanţă). Rezultatul acestei situaţii a fost

subestimată). Aproximativ 16% dintre respondenţi nu au declarat nivelul de şcolaritate (de fapt, majoritatea acestora nu au dorit să răspundă la nici o întrebare). Ponderile categoriilor de educaţie pentru totalul votanţilor au fost echivalate cu procentele valide corespunzătoare.

clasarea pe locul 3 la alegerile locale din 2004 pentru funcţia de primar (în contextul în care UDMR nu a avut un candidat în această competiţie). Ca urmare a evaluării directe a mandatului lui Boc, dar şi a celei indirecte, prin compararea situaţiei din timpul mandatelor lui Funar cu situaţia actuală, în contextul în care ceilalţi candidaţi erau prea puţin cunoscuţi şi fără experienţă administrativă vizibilă, clujenii s-au aflat de fapt în faţa unei decizii uşor de luat, cu un răspuns unic. Datele prezentate mai jos sunt edificatoare în acest sens.

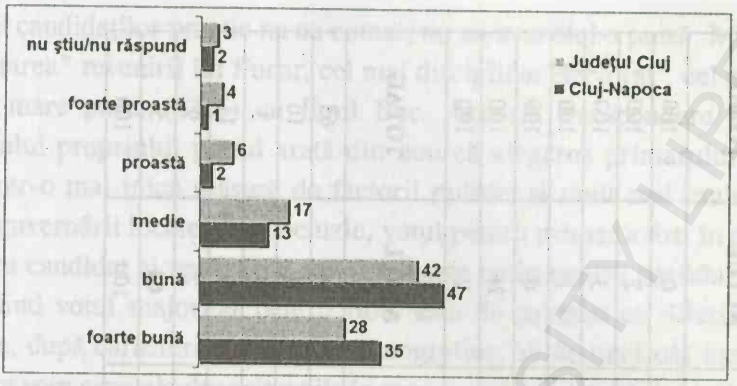
Cu trei zile înainte de alegerile locale din 2008, 81% dintre alegătorii din Cluj-Napoca considerau că situaţia localităţii în momentul respectiv era mai bună sau mult mai bună comparativ cu patru ani în urmă. Comparativ cu evaluările din celelalte localităţi din judeţ, situaţia din Cluj-Napoca se prezintă semnificativ mai bine.



* Eşantion Cluj-Napoca (simulare exit-poll, MMT, 28-29 mai 2008).
** Eşantion judeţul Cluj (simulare exit-poll, MMT, 28-29 mai 2008).

Figura 10. *Comparativ cu anul 2004, credeţi că în prezent situaţia din localitatea dumneavoastră este... ?*

Mai mult, 82% dintre alegători considerau că activitatea primarului Boc a fost bună sau foarte bună, din nou o pondere mai mare comparativ cu situaţia medie la nivel de judeţ. În comparaţie, în 2004, în lunile anterioare alegerilor locale, activitatea de primar a lui Funar a fost evaluată pozitiv (bună şi foarte bună) de doar 37% dintre alegători (53% proastă sau foarte proastă) (sondaje electorale MMT, februarie-mai 2004).



* Eşantion Cluj-Napoca (simulare exit-poll, MMT, 28-29 mai 2008).
** Eşantion judeţul Cluj (simulare exit-poll, MMT, 28-29 mai 2008).

Figura 11. *Cum apreciaţi activitatea din ultimii patru ani a primarului din localitatea dumneavoastră ?*

Numărul mare de voturi primite de Emil Boc, semnificativ mai mare decât cel obţinut de PD-L, semnifică faptul că acesta a fost votat şi de o mare parte a votanţilor celorlalte partide. Astfel, primarul în funcţie a colectat, pe lângă aproape toate voturile (99%) propriului partid (51% din totalul votanţilor), şi o mare parte a voturilor votanţilor:

- UDMR – 63% dintre voturile acestui partid, adică aproximativ 10% din totalul votanţilor;
- PNL – 65% dintre voturile acestui partid, adică aproximativ 6% din totalul votanţilor;
- PSD – 51% dintre voturile acestui partid, adică aproximativ 6% din totalul votanţilor;
- PRM – 34% dintre voturile acestui partid, adică aproximativ 2% din totalul votanţilor.

În aceste condiţii, presupunând că la alegerile locale s-ar fi prezentat doar votanţii celorlalte partide (fără cei ai PD-L), tot Boc ar fi câştigat. Mai mult, Emil Boc ar fi câştigat alegerile şi dacă la vot s-ar fi prezentat doar votanţii PSD, PNL, chiar şi UDMR la limită. Doar dacă ar fi votat numai votanţii PRM, Emil Boc ar fi pierdut alegerile.

BCU CLUJ / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Tabelul 5. *Relaţia dintre votul pentru primar şi votul pentru consiliul local (Cluj-Napoca) (%)*

Candidatul / Partidul	BOC EMIL	CHIRA MANUEL	FUNAR GHEORGHE	LÁSZLÓ ATTILA	LĂPUŞAN REMUS	ALTUL	TOTAL
PD-L	**99**	0	0	0	0	0	100
PNL	65	**27**	3	0	2	2	100
PRM	34	1	**58**	0	3	3	100
UDMR	63	1	0	**35**	0	1	100
PSD	51	2	4	0	**43**	0	100
ALTUL	58	3	3	6	4	**26**	100
TOTAL	83	3	3	4	4	2	100
Candidatul / Partidul	**BOC EMIL**	**CHIRA MANUEL**	**FUNAR GHEORGHE**	**LÁSZLÓ ATTILA**	**LĂPUŞAN REMUS**	**ALTUL**	**TOTAL**
PD-L	**74**	5	8	2	2	14	63
PNL	8	**83**	11	1	6	9	10
PRM	1	1	**62**	0	2	5	3
UDMR	8	2	1	**91**	0	5	11
PSD	5	4	13	1	**86**	2	9
ALTUL	3	4	5	6	5	**64**	5
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100

* Eşantion Cluj-Napoca (exit-poll, MMT, 1 iunie 2008; declaraţii respondenţi[1]).

1. Distincţia dintre declaraţiile votanţilor, predicţiile de vot pe baza acestora şi rezultatele oficiale este importantă. Diferenţele dintre acestea pot fi uneori destul de mari. De exemplu, în cazul alegerilor pentru funcţia de primar al municipiului Cluj-Napoca, 84% dintre votanţi au declarat că au votat cu Emil Boc; predicţia de vot dată de MMT şi prezentată la Realitatea TV în seara alegerilor a fost de 75,7%, iar rezultatul oficial (BEC) a fost 76,2%.

BCU CLUJ / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Restul candidaţilor practic nu au contat, nu au avut nici o şansă. Mai mult, sub „ameninţarea" revenirii lui Funar, cel mai disciplinat electorat[1], cel al UDMR, a votat în mare parte (63%) cu Emil Boc. Această transcendere a graniţelor electoratului propriului partid arată din nou că alegerea primarului este determinată într-o mai mică măsură de factorii politici şi mult mai mult de performanţele guvernării locale. În concluzie, votul pentru primar a fost în principal un vot pentru candidat şi realizările sale, şi foarte puţin pentru partidul acestuia.

Dat fiind votul majoritar pentru Boc, este de aşteptat ca diferenţele dintre electorate, după caracteristicile sociodemografice, să fie mici sau inexistente. În continuare vom semnala doar situaţiile în care s-au constatat diferenţe semnificative statistic ($p \leq 0,05$). Trebuie adăugat că este vorba despre diferenţe relative la totalul votanţilor şi că aceste diferenţe sunt cel mai adesea mici (indiferent de categoria de populaţie de referinţă, Emil Boc a obţinut ponderea cea mai mare a voturilor). Astfel, Emil Boc a fost votat relativ mai puţin de cei în vârstă, cu studii superioare, de maghiari; Manuel Chira mai puţin de maghiari, de cei care au absolvit cel mult liceul şi mai mult de cei cu studii superioare; Gheorghe Funar ceva mai mult de bărbaţi, de cei vârstnici (peste 50 de ani) şi mai puţin de maghiari, de cei cu vârsta între 35 şi 49 de ani; Attila László predominant de maghiari (aceasta este singura diferenţă mare); Remus Lăpuşan ceva mai mult de bărbaţi, de cei vârstnici (peste 50 de ani) şi mai puţin de maghiari, de cei tineri (18-39 de ani).

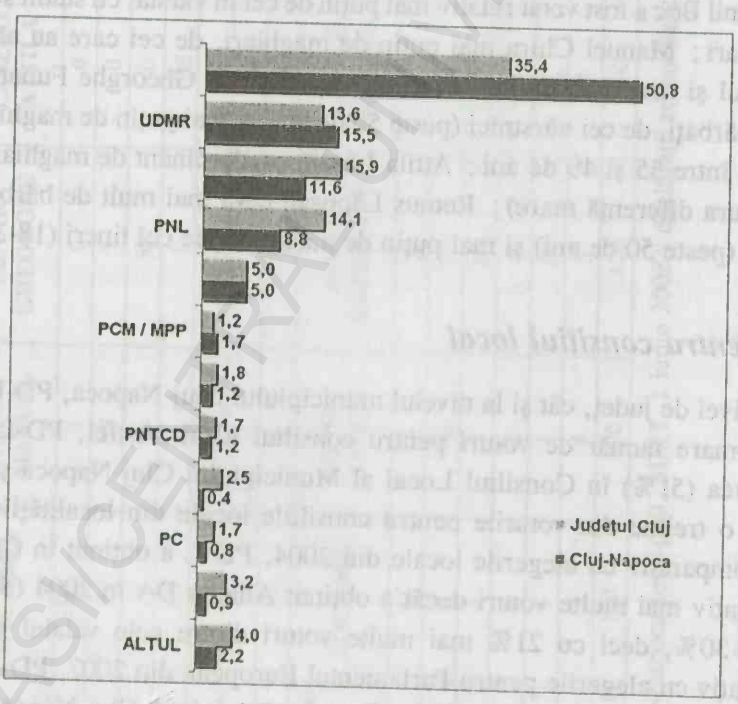
Votul pentru consiliul local

Atât la nivel de judeţ, cât şi la nivelul municipiului Cluj-Napoca, PD-L a obţinut cel mai mare număr de voturi pentru consiliul local. Astfel, PD-L a obţinut majoritatea (51%) în Consiliul Local al Municipiului Cluj-Napoca şi ceva mai mult de o treime din voturile pentru consiliile locale din localităţile judeţului Cluj. Comparativ cu alegerile locale din 2004, PD-L a obţinut în Cluj-Napoca semnificativ mai multe voturi decât a obţinut Alianţa DA în 2004 (51% faţă de aproape 30%, deci cu 21% mai multe voturi dintre cele valabil exprimate). Comparativ cu alegerile pentru Parlamentul European din 2007, PD-L a obţinut de asemenea mai multe voturi, atât la nivelul municipiului Cluj-Napoca (51% faţă

1. În general, majoritatea maghiarilor votează cu UDMR şi reprezentanţii acestuia, indiferent de tipul alegerilor. Suprapunerea dintre candidat, partid şi etnie este maximă în cazul maghiarilor (peste 80% cel mai adesea).

de 38%, deci cu 13% mai mult), cât şi la nivelul judeţului Cluj (35,4% faţă de 33,8%, deci cu 2,6% mai mult).

La nivelul municipiului Cluj-Napoca, doar trei partide (UDMR, PSD şi PNL) au trecut pragul de 5% pentru a obţine locuri în consiliul local, ponderea lor fiind destul de apropiată. Celelalte partide au obţinut sub 5%, doar PRM fiind foarte aproape de acest prag, prin urmare nu au obţinut nici un loc de consilier local. Comparativ cu alegerile locale din 2004, la nivelul municipiului Cluj-Napoca, PSD a scăzut cu 8%, PRM cu 15%, iar UDMR cu 3% (cea mai mare parte a acestor voturi s-a îndreptat spre Partidul Civic Maghiar). La nivelul judeţului, schimbările sunt aproximativ aceleaşi. Faţă de alegerile europarlamentare din 2007, aceste partide au obţinut în general procente apropiate de cele obţinute la localele din 2008, atât la nivelul municipiului Cluj-Napoca, cât şi al judeţului Cluj (cu excepţia PNL, care la nivel de judeţ a obţinut cu 4% mai multe voturi la locale).



* Date oficiale (BEC).

Figura 12. *Rezultate oficiale – consiliul local (%)*

Creşterea PD-L la nivelul municipiului şi al judeţului este în strânsă legătură cu poziţiile deţinute de Emil Boc şi Traian Băsescu. Acest lucru s-a văzut foarte

bine în diferenţa de procente obţinută de PD-L în două competiţii electorale apropiate în timp, deşi doar parţial comparabile, alegerile locale şi cele europarlamentare, şi în numărul semnificativ mai mare de voturi obţinute de Boc comparativ cu PD-L. Prin urmare, performanţa electorală a PD-L a fost puternic influenţată pozitiv de performanţa primarului Boc. Fără Boc, PD-L ar fi obţinut semnificativ mai puţine voturi şi aproape sigur nu ar fi avut majoritatea în consiliul local. În concluzie, putem spune că primarul Emil Boc a „oferit" PD-L majoritatea în consiliul local.

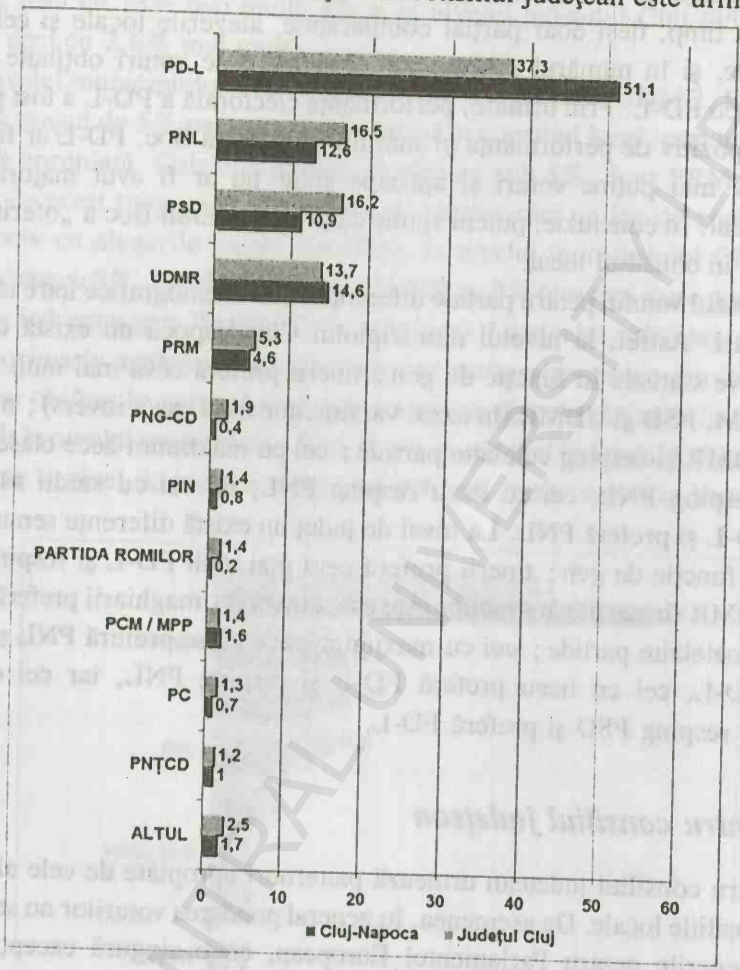
Nici în cazul votului pentru partide diferenţele sociodemografice între electorate nu sunt mari. Astfel, la nivelul municipiului Cluj-Napoca nu există diferenţe semnificative statistic în funcţie de gen; tinerii preferă ceva mai mult PD-L şi resping PRM, PSD şi UDMR (în cazul vârstnicilor fiind exact invers); maghiarii preferă UDMR şi resping celelalte partide; cei cu maximum zece clase preferă PD-L şi resping PNL, cei cu liceu resping PNL, iar cei cu studii superioare resping PD-L şi preferă PNL. La nivel de judeţ nu există diferenţe semnificative statistic în funcţie de gen; tinerii preferă ceva mai mult PD-L şi resping PRM, PSD şi UDMR (în cazul vârstnicilor este exact invers); maghiarii preferă UDMR şi resping celelalte partide; cei cu maximum zece clase preferă PNL şi PSD şi resping PD-L, cei cu liceu preferă PD-L şi resping PNL, iar cei cu studii superioare resping PSD şi preferă PD-L.

Votul pentru consiliul judeţean

Votul pentru consiliul judeţean urmează patternuri apropiate de cele ale votului pentru consiliile locale. De asemenea, în general ponderea voturilor nu se schimbă faţă de alegerile pentru Parlamentul European, cu o singură excepţie: PNL beneficiază în prezent de aproape dublul voturilor obţinute la PE. Cea mai mare parte a acestei creşteri i se datorează lui Marin Nicoară, fostul preşedinte al consiliului judeţean, dar şi candidatul PNL pentru aceeaşi funcţie (o parte a votanţilor acestuia au dorit să-i ofere şi sprijinul partidului sau au ales partidul în funcţie de candidat).

Conform acestor date, rezultă că nici un partid nu poate forma singur o majoritate, chiar dacă PD-L, după redistribuiri, a obţinut 15 din cele 36 de mandate (PSD şi PNL câte 7, UDMR 5, iar PRM 2). În aceste condiţii, devenea foarte probabilă o coaliţie „ascunsă" sau „pe faţă" între PD-L şi oricare dintre celelalte trei partide mari, lucru care s-a şi întâmplat prin alegerea unuia dintre cei doi vicepreşedinţi din partea UDMR.

Conform rezultatelor oficiale, situaţia din consiliul judeţean este următoarea:



* Date oficiale (BEC).

Figura 13. *Rezultate oficiale – Consiliul Judeţean Cluj (%)*

Câteva lucruri merită să fie semnalate în continuare:

- PD-L obţine proporţional mult mai multe voturi în municipiu decât în judeţ (51% faţă de 37%); diferenţa este în mare parte efectul preferinţei pentru primarul Boc; în acest context şi dată fiind ponderea aproape de jumătate a alegătorilor din municipiu în totalul alegătorilor, putem spune că Boc a contribuit semnificativ şi la victoria PD-L în competiţia judeţeană;
- Partidul Civic Maghiar (UCM) a redus voturile UDMR la nivel de judeţ cu 1,4 puncte procentuale;

BCU CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- PSD a obţinut mai multe voturi la nivelul judeţului comparativ cu municipiul Cluj-Napoca; surprinzător, şi PNL;
- PRM a depăşit la limită pragul electoral;
- PIN, PNG-CD, PC, PNŢCD nu au reuşit să treacă de 2%, deşi primele două partide au obţinut la alegerile pentru Parlamentul European, în condiţiile unei prezenţe scăzute (a favorizat partidele mici, cu un nucleu de susţinători relativ mai mare comparativ cu masa de votanţi), semnificativ mai multe voturi (PIN 3,4; PNG-CD 2,7).

Votul pentru consiliile locale se suprapune în cea mai mare parte cu votul pentru consiliul judeţean. Altfel spus, alegătorii tind să voteze acelaşi partid pentru ambele instituţii. Cu o singură excepţie, PRM, 80% sau chiar mai mult dintre votanţii unui partid pentru una dintre instituţii votează cu acelaşi partid pentru cealaltă instituţie. În cazul PRM, lipsa unui candidat pentru funcţia de preşedinte al consiliului judeţean pare să fi rupt parţial legătura dintre votul pentru cele două instituţii (dacă PRM ar fi avut un candidat pentru funcţia de preşedinte, ar fi obţinut foarte probabil mai multe voturi în consiliul judeţean). Invers, în cazul PNL, prezenţa unui candidat valorizat de electorat, Nicoară, a atras o parte relativ mai mare a votanţilor celorlalte partide.

Tabelul 6. *Relaţia dintre votul pentru consiliul local şi votul pentru consiliul judeţean (Cluj) (%)*

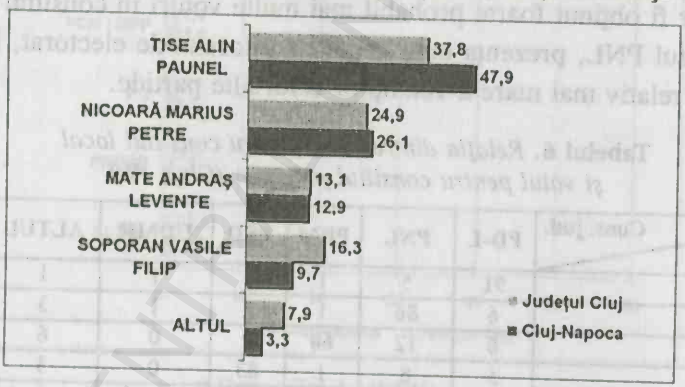
Cons. loc. \ Cons. jud.	PD-L	PNL	PRM	PSD	UDMR	ALTUL	TOTAL
PD-L	91	5	1	1	1	1	100
PNL	6	86	1	3	1	3	100
PRM	6	12	66	9	0	6	100
PSD	5	8	1	83	0	3	100
UDMR	2	1	0	0	94	2	100
ALTUL	9	6	1	4	1	79	100
TOTAL	43	19	3	14	10	11	100
Cons. loc. \ Cons. jud.	**PD-L**	**PNL**	**PRM**	**PSD**	**UDMR**	**ALTUL**	**TOTAL**
PD-L	92	12	8	4	3	4	43
PNL	2	76	7	4	1	4	17
PRM	1	2	76	2	0	2	4
PSD	2	6	4	87	1	3	14
UDMR	1	0	0	0	94	2	10
ALTUL	2	4	5	3	1	84	12
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100

* Eşantion judeţul Cluj (exit-poll, MMT, 1 iunie 2008; declaraţii respondenţi).

Diferenţele de structură sociodemografică a electoratelor partidelor semnalate în cazul votului pentru consiliile locale se regăsesc şi în cazul votului pentru consiliul judeţean, cu o singură excepţie: la nivel de judeţ, cei educaţi preferă relativ mai mult PNL şi mai puţin PSD (la consiliile locale, opoziţia era între PD-L şi PSD).

Votul pentru preşedintele consiliului judeţean

Funcţia de preşedinte al consiliului judeţean a fost adjudecată tot de PD-L, prin reprezentantul acestuia, Alin Tişe. Acesta a obţinut 37,8% din voturi, iar principalul contracandidat, fostul preşedinte Marius Nicoară, 24,9%. Dacă Marius Nicoară a obţinut aproape acelaşi procent din voturi în Cluj-Napoca şi în judeţ, Alin Tişe a obţinut semnificativ mai multe voturi în municipiu (+10%). La nivelul judeţului, diferenţa dintre primii doi clasaţi a fost de 13% în favoarea lui Tişe. Dacă ne raportăm doar la populaţia municipiului Cluj-Napoca, diferenţa creşte la 23%, iar dacă avem în vedere doar judeţul fără capitala de judeţ, diferenţa scade la 6%.



* Date oficiale (BEC).

Figura 14. *Rezultate oficiale – preşedintele consiliului judeţean (%)*

Diferenţele de voturi obţinute de primii doi clasaţi sunt în parte şi rezultatul diferenţelor de notorietate. Astfel, la nivel atât de judeţ, cât şi de municipiu, Alin Tişe este mai cunoscut decât Marius Nicoară (+6% în judeţ; +11% în Cluj-Napoca), lucru oarecum surprinzător, dat fiind faptul că ultimul a deţinut funcţia de preşedinte în mandatul anterior. Încrederea în cei doi candidaţi (raportată doar la cei care au auzit de candidaţi) este aproximativ aceeaşi (60%), atât în judeţ, cât şi în municipiu (în cazul lui Nicoară nivelul de încredere este ceva mai mare la

nivel de judeţ). Prin urmare, nu încrederea este cea care a făcut diferenţa de voturi între cei doi.

Analiza relaţiei dintre opţiunea de vot pentru primarul Cluj-Napoca şi preşedintele consiliului judeţean la nivel individual relevă câteva lucruri interesante:

- aproape toţi (99%) alegătorii care votează cu Tişe votează şi cu Boc; doar 64% dintre votanţii lui Boc îl preferă pe Tişe. O relaţie similară, aproape la fel de intensă, se poate observa între tandemul propus de PNL, Nicoară-Chira, de această dată candidatul pentru funcţia de preşedinte fiind „locomotiva". Relaţia dintre candidaţii PSD este mai echilibrată din acest punct de vedere, dar totuşi în favoarea candidatului Soporan;
- indiferent cu cine au votat pentru funcţia de preşedinte, votanţii l-au preferat la primărie pe candidatul PD-L Emil Boc, şi nu pe candidatul propriului partid. Doar în cazul votanţilor lui Soporan (PSD) procentul pentru Boc şi cel pentru Lăpuşan (PSD) sunt egale.

Datele prezentate anterior (plusul de notorietate al lui Tişe, ponderea diferită a voturilor obţinută de acesta în judeţ faţă de Cluj-Napoca, relaţia dintre votul pentru primar şi cel pentru preşedinte al consiliului judeţean) arată din nou efectul pozitiv indus de Emil Boc, transferul de voturi dinspre acesta spre Alin Tişe. Datele necesare pentru o analiză mai profundă lipsesc, dar pe baza celor observate putem spune că cea mai mare parte a ascendentului lui Tişe în faţa lui Nicoară se datorează lui Boc şi că destul de probabil, în absenţa lui Boc, Nicoară ar fi ajuns preşedinte al consiliului judeţean.

O altă dimensiune care merită să fie analizată este relaţia dintre votul pentru preşedintele consiliului judeţean şi votul pentru consiliul judeţean. Referitor la acest aspect, cu o singură excepţie, se observă o suprapunere de 80% între cele două tipuri de voturi. Altfel spus, majoritatea votanţilor unui partid (80%) preferă candidatul acelui partid şi invers, majoritatea votanţilor unui candidat preferă să voteze partidul acestuia. Regula nu se aplică în cazul votanţilor lui Nicoară (PNL), care provin într-o măsură mai mare din rândul altor partide decât PNL. Mai simplu spus, candidatul PNL Nicoară reuşeşte să atragă, pe lângă votanţii propriului partid, şi o parte semnificativă a votanţilor altor partide (de altfel, Nicoară a obţinut 25% dintre opţiunile de vot, iar PNL doar 16,5%; prin urmare, Nicoară a obţinut în plus faţă de PNL jumătate din voturile obţinute de partid, performanţă destul de rar întâlnită).

Tabelul 7. *Relaţia dintre votul pentru primar şi votul pentru consiliul judeţean (Cluj-Napoca) (%)*

Preşedinte / Primar	TIŞE ALIN PD-L	NICOARĂ MARIUS PNL	SOPORAN VASILE PSD	MÁTÉ ANDRÁS UDMR	OROS GHEORGHE PAS	ALTUL	TOTAL
BOC EMIL	64	24	4	6	2	1	100
CHIRA MANUEL	1	90	2	1	5	0	100
LĂPUŞAN REMUS	2	21	74	0	2	2	100
LÁSZLÓ ATTILA	1	4	0	91	2	2	100
FUNAR GHEORGHE	9	46	31	3	3	8	100
ALTUL	15	24	4	5	5	47	100
TOTAL	54	25	7	9	2	2	100
Preşedinte / Primar	TIŞE ALIN PD-L	NICOARĂ MARIUS PNL	SOPORAN VASILE PSD	MÁTÉ ANDRÁS UDMR	OROS GHEORGHE PAS	ALTUL	TOTAL
BOC EMIL	99	78	43	53	72	50	84
CHIRA MANUEL	0	11	1	0	9	0	3
LĂPUŞAN REMUS	0	3	44	0	4	3	4
LÁSZLÓ ATTILA	0	1	0	44	6	3	4
FUNAR GHEORGHE	0	5	11	1	4	8	3
ALTUL	0	2	1	1	6	36	2
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100

* Eşantion Cluj-Napoca (exit-poll, MMT, 1 iunie 2008; declaraţii respondenţi).

BCU CLUJ CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Tabelul 8. *Relaţia dintre votul pentru preşedintele consiliului judeţean şi votul pentru consiliul judeţean (Cluj) (%)*

Candidatul / Partidul	TIŞE ALIN PD-L	NICOARĂ MARIUS PNL	SOPORAN VASILE PSD	MÁTÉ ANDRÁS UDMR	OROS GHEORGHE PAS	ALTUL	TOTAL
PD-L	**83**	11	2	1	2	1	100
PNL	6	**86**	2	1	2	3	100
PSD	6	12	**78**	1	1	2	100
UDMR	9	6	2	**80**	1	2	100
PRM	25	39	19	1	4	12	100
ALTUL	14	17	6	7	3	**53**	100
TOTAL	41	27	13	9	2	8	100
Candidatul / Partidul	**TIŞE ALIN PD-L**	**NICOARĂ MARIUS PNL**	**SOPORAN VASILE PSD**	**MÁTÉ ANDRÁS UDMR**	**OROS GHEORGHE PAS**	**ALTUL**	**TOTAL**
PD-L	**88**	18	7	3	37	7	43
PNL	3	**62**	3	2	27	7	19
PSD	2	6	**81**	1	5	4	14
UDMR	2	2	1	**86**	5	3	10
PRM	2	4	4	0	5	4	3
ALTUL	4	7	5	8	20	**75**	11
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100

** Eşantion judeţul Cluj (exit-poll, MMT, 1 iunie 2008; declaraţii respondenţi).

BCU CLUJ / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

La nivel de judeţ, diferenţele în structura electoratelor sunt următoarele: tinerii îi resping pe Máté şi Soporan şi îl preferă relativ mai mult pe Tişe (cei în vârstă exact invers); maghiarii îl preferă pe Máté şi resping ceilalţi candidaţi; cei mai puţin educaţi îi preferă pe Máté şi Soporan şi îl resping relativ mai mult pe Tişe, cei cu liceu îl resping pe Nicoară şi îl preferă pe Tişe, iar cei cu studii superioare îi resping pe Tişe şi Soporan şi îl preferă relativ mai mult pe Nicoară.

Bibliografie

Campbell, James E. 2000. *The Presidential Campaign*. College Station: Texas A&M University Press.

Comşa, Mircea şi Traian Rotariu (coord.). 2005. *Alegeri generale 2004. O perspectivă sociologică*. Cluj: Eikon.

Comşa, Mircea. 2004. Rată de participare, supraraportare şi predicţii electorale. *Sociologie Românească*, nr. 3, pp. 50-73.

Comşa, Mircea. 2006. Cultură, participare şi opţiuni politice. În Dumitru Sandu (coord.), Mircea Comşa, Cosima Rughiniş, Alexandru Toth, Mălina Voicu şi Bogdan Voicu. *Viaţa socială în România urbană*. Iaşi: Polirom.

Denver, David. 2003. *Elections and voters in Britain*. Houndmills: Palgrave.

Finkel, S.E. 1993. Reexamining the 'Minimal Effects' Model in Recent Presidential Elections. *Journal of Politics*, vol. 55, nr. 1, pp. 1-21.

Lazarsfeld, Paul, Bernard Berelson şi Hazel Gaudet. 1944. [trad. rom. 2004] *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in A Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Index

A

absenteism 34, 64, 68, 74, 83
  de masă 67
  pluriform 67
agendă publică 24, 37, 38
alegeri
  europarlamentare 15, 38, 40, 41, 43, 56, 65, 79, 80, 127, 144, 151-153, 155
  generale 15, 16, 21, 23, 43, 44, 59, 60, 87, 106, 133
  locale 18, 22, 23, 28, 30, 31, 34, 37, 38, 41-47, 50, 51, 53, 54, 58-60, 64, 65, 67, 69, 70, 72, 74-78, 106, 108, 117, 119, 127, 131-134, 138, 143, 144, 148, 149, 151, 152, 153
  parlamentare 13, 15, 16, 18, 19, 33, 34, 37, 38, 43, 44, 54, 56-65, 69, 71, 72, 74, 75, 77, 78, 99, 103, 109, 119, 121, 124, 125, 127
  prezidenţiale 13, 33, 34, 57, 61, 72, 76, 125
alianţă minimal conectată 65

B

Barometrul de Opinie Publică (BOP) 80, 82, 87, 95, 135
baroni (locali) 42, 77, 78
bazin electoral 44, 60, 99
Băsescu, Traian 13, 21, 22, 25, 26, 32, 38-41, 43, 56, 71, 76-78, 99, 152
bipartidism 38, 70
birocraţie reprezentativă 114, 120
Biroul Electoral Central (BEC) 68, 144, 147, 150, 152, 154, 156
Boc, Emil 32, 33, 43, 47, 78, 131, 132, 136, 137, 139, 141-144, 147-154, 157-159
Bourdieu, Pierre 88, 90, 91
Braud, Philippe 90

C

campanie electorală 13-16, 18-31, 33, 34, 38, 41-43, 45, 47, 48, 50-53, 57, 58, 64, 69, 71, 75, 77, 79, 85, 91, 94, 96-100, 102, 103, 105-108, 118, 125, 131, 135, 138-142, 145

BCU CENTRALA UNIVERSITY LIBRARY

circumscripţie 15-18, 24, 31, 56, 57, 100, 113, 120, 121
clivaj 38, 39, 54, 99, 107, 110, 111, 115, 117
coabitare politică 13, 92
coaliţie 19, 21, 31, 33, 65, 69-72, 77, 78, 106, 113-115, 118-120, 126, 127, 153
colegiu
-fief 17, 24
electoral 16-20, 22-24, 26-29, 31, 33, 34, 56, 63, 64, 100, 107
uninominal 16, 26, 33, 35, 37, 56-58, 63, 69, 78
competiţie politică 68, 71, 95, 115, 116
comportament politic 54, 109, 112-115, 126
comunităţi locale 18, 22, 26, 31, 35, 58, 64, 73, 107
conflict partizan 38, 39
consilier local 33, 54, 69, 117, 134, 138, 143, 152
consiliu
judeţean 32, 42-44, 46-48, 50, 51, 53, 58-60, 78, 106, 107, 131-134, 136, 137, 141-143, 153-159
local 30, 46, 131-134, 138, 150, 151-153
consociaţionism 114, 119
criză economică 25, 26, 65, 67, 75, 77, 78, 101, 103, 127

D

democraţie electorală 72, 75, 111
două-partide-şi-jumătate 38, 53, 65
dreapta 65, 92, 119, 132, 133

E

Edelman, Murray 90
elită politică 84, 109, 114, 117, 118, 120, 126-128
eşantion 84, 91, 133
etnicitate 110, 115, 125
etnopolitică 110-113
exit-poll 76, 131

F

Fisichella, Domenico 103, 104
formula electorală d'Hondt 24
Funar, Gheorghe 132, 136, 142, 143, 147, 148, 150, 151, 158

G

Gallup, George 88
Geoană, Mircea 21, 43
gerrymandering 17
Guvernul Tăriceanu 13

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

I

ideologie 20, 71, 73, 87, 102, 116
imagine a candidatului 22, 57, 107, 132
instituţii
  politice 143
  publice 31, 71, 114

L

lege electorală 15, 16, 23, 24, 33, 38, 56, 61, 63, 120
legitimitate a votului 17
lider local 18, 32, 64, 71, 76, 77, 78
Lijphart, Arendt 38, 41, 114
logică majoritaristă 16, 31

M

majoritate 31, 39, 63, 76, 113, 120, 124-125, 127, 132, 151, 153
  absolută 16, 76
mandate 15-17, 24, 26, 30-33, 48, 56-57, 65, 67, 69, 76, 109, 111-113, 118, 120-121, 126, 132, 147-148, 153, 156
marketing politic 30
McPhee, William 100-101
mesaj ideologic 102
minoritate 17, 31, 57, 65, 109, 111-117, 119-121, 126, 128
multipartidism 14

N

notorietate 20, 42, 53, 81, 107, 131, 133, 136-137, 142, 156-157

O

opinie publică 9, 31-32, 79-96, 109, 118, 126
opoziţie 14, 22, 25-27, 31, 43, 86, 94, 118, 127, 156

P

partid
  cartel 70-72
  catch-all 70, 105, 106, 119
  etnic 105, 110-115, 119, 126
  politic 15-16, 18, 21, 38, 40-41, 43, 45, 47-48, 56-58, 60-61, 64, 68, 70-71, 76, 99-103, 108, 111, 116-117
partidism 65, 70 -71
Partidul Civic Maghiar 118, 152, 154
pomadă 92
postdemocraţie 73-75
prag electoral 16, 41, 57, 59, 64-65, 111-112, 115, 125, 155
preşedinte 14, 21, 26-27, 32-34, 38-41, 43, 56, 65, 70, 76-77, 86, 92, 115, 133, 155, 157
  al consiliului judeţean 42-44, 48, 53, 78, 106-107, 131, 134, 136-137, 141-143, 153, 155-160

BCU CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

www.polirom.ro

Redactor : Cătălina Popovici
Coperta : Laurenţiu Midvichi
Tehnoredactor : Irina Lăcătuşu

Bun de tipar : aprilie 2009. Apărut : 2009
Editura Polirom, B-dul Carol I nr. 4 • P.O. Box 266
700506, Iaşi, Tel. & Fax : (0232) 21.41.00 ; (0232) 21.41.11 ;
(0232) 21.74.40 (difuzare) ; E-mail : office@polirom.ro
Bucureşti, B-dul I.C. Brătianu nr. 6, et. 7, ap. 33,
O.P. 37 • P.O. Box 1-728, 030174
Tel. : (021) 313.89.78 ; E-mail : office.bucuresti@polirom.ro

Tiparul executat la S.C. LUMINA TIPO s.r.l.
str. Luigi Galvani nr. 20 bis, sect. 2, Bucureşti
Tel./Fax : 211.32.60, 212.29.27, E-mail : office@luminatipo.com

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

25195

Al doilea volum al *Alegerilor 2008* cuprinde puncte de vedere şi analize ale unor cercetători care au studiat cu metode specifice schimbările formulei electorale. Studiile îmbogăţesc fondul de cunoştinţe referitoare la evoluţia conduitelor şi atitudinilor alegătorilor cu analize întreprinse din perspectivă academică, politică şi a societăţii civile şi ne ajută să înţelegem o realitate surprinsă aproape exclusiv cantitativ şi speculativ în discursul mass-mediei.

„Anul electoral 2008 are toate şansele să rămână în memoria partidelor şi a cercetătorilor aplecaţi asupra evoluţiei democraţiei româneşti şi, implicit, asupra comportamentului alegătorilor drept unul cu o relevanţă aparte. Faptul se datorează nu atât schimbărilor intervenite în formula electorală – fie că este vorba despre alegerea preşedinţilor de consilii judeţene sau despre introducerea sistemului de vot uninominal cu reprezentare proporţională pentru scrutinul din 30 noiembrie –, cât mai ales densităţii evenimentelor care au ţinut trează atenţia opiniei publice pe parcursul întregului an electoral. Un inventar al momentelor din agenda celor două campanii este suficient pentru a alcătui un peisaj complicat şi în multe privinţe marcat de contradicţii, încifrând o realitate încărcată de atâtea semnificaţii cât să dea de lucru unei armate de specialişti, comentatori şi jurnalişti multă vreme de acum înainte."

Gheorghe Teodorescu

Anul electoral 2008: alegeri strategice şi evoluţia câmpului politic • România între democraţia de opinie şi absenteismul de masă • Sondajele de opinie publică – între confruntare socială şi violenţă simbolică • Campania „mesajul vag"

ISBN (vol. I-II) 978-973-46-1415-8
ISBN 978-973-46-1417-2
9 789734 614172

EDITURA POLIROM
www.polirom.ro

Foto coperta: © Vladek/Dreamstime.com